

## 現代徳島における阿波藍の衰退と振興

鍛 冶 博 之

本稿では、徳島県の代表的産品である阿波藍に注目し、1940年代後半から2010年代に至る動向と課題を考察する。本稿1では1940年代半ばから1970年代に注目し、阿波藍の保存と振興に向けた本格的な取組みが展開された経緯と背景を明らかにする。本稿2では1980年代から2010年代前半に注目し、阿波藍産業の活性化に向けた具体的な取組みを明らかにする。本稿3では2010年代後半の動向に注目し、阿波藍の振興に向けた具体的な実践内容を整理する。本稿4では今後の阿波藍の振興に向けて改善すべき現代的課題を明らかにする。

### はじめに

本稿は鍛冶（2016 a）（2016 b）の続編として、徳島の代表的な特産品である阿波藍<sup>1)</sup>に注目し、現代（終戦以降～2010年代）徳島における阿波藍の生産および消費の実態と、その振興（再活性化）に向けた方策および課題を明らかにすることを目的とする。

近年、地域に根付いた商品・企業・産業の活性化と収益性の向上を目的とする地域振興策が全国規模でさまざまに展開され、徳島県もその例に漏れない。特に徳島県の場合、近世（特に江戸時代）と近代（明治～昭和戦中期）において徳島の経済発展を支えた特産品のひとつである阿波藍産業の衰退が著しいことから、阿波藍の振興に向けた各種の取組みが継続されている。その一方で、現代徳島における阿波藍の衰退と振興に向けた史的動向・現状・課題を考察した学術研究は現時点で充実しているとはいえ、本稿はその点を補足する意味がある。

さて、近世および近代における阿波藍の動向と徳島社会への影響については鍛冶（2016 a）（2016 b）で考察済みだが、本稿での考察の前提として阿波藍の歴史を纏めておく。

日本各地で藍の需要が本格的に増加するようになったのは戦国時代である。しかし、戦国時代の騒乱による農村の疲弊に伴う藍生産の減少や、他の産地に比べて生産数量が少なかったことも影響し、近世初期の段階では阿波藍は全国的な物産ではなかった<sup>2)</sup>。

江戸時代になると阿波地域での藍生産は隆盛を極めた。1585年に蜂須賀家政が徳島藩の藩主となり、撫養（現在の鳴門）の塩田開発とともに阿波藍の生産と流通を保護し奨励するようになった。阿波地域ではこれを契機に藍の生産が本格的に行われるようになった。17世紀から18世紀にかけて徳島藩での阿波藍の作付面積は急増した。阿波地域での藍作は、近世初期（17世紀初中頃）には農村の有力農民を中心に展開され、元禄～享保期（17世紀後半～18世紀前半）にかけて本格化した。その後、19世紀前半期（享和年間～天保年間）にかけては作付面積が緩やかに上昇した。同時期は、全国各地において全国売場株（藍商人の藍玉販売のための売場を確保する権利）の認定が進み、藍作が徳島藩の管理のもとで財政健全化の有力手段として活発に展開され、藍師や藍商から徴収した税収をもとに藩財政を確立した時期でもあった。

幕末の開港（1854年）以降、インド産の綿が日本に大量輸入されたことで国内の綿織物業が発達し、その染料となる藍の需要も激増した。そのことが阿波藍の作付面積の増大に影響をもたらした。また1871年に廃藩置県が実施されたことで江戸時代まで各藩で展開された藍の生産流通統制が撤廃された。それにより各地域で藍を自由に加工販売できる環境が確立され、藍作に参入する新規業者が増加したことも同時期の阿波藍の作付面積の拡大に貢献した。その後、1877年に勃発する西南戦争の頃まで藍生産は活発に展開された。阿波藍の作付面積は1881年から1887年にかけてはほとんど増加せず、その後明治1891年にかけては減少に転じた。その背景として、開国に伴い安価なインド藍が輸入されるようになったことと、日本各地での地藍（徳島以外で生産された藍）の生産が活発化したことが挙げられる。地藍生産の活発化は藍の品質低下を誘発し、阿波藍への社会的信用を低下させかねない事態となった。そこで藍商人は生産流通の自主統制や乱売防止に向けた動きを展開し、阿波藍生産は再び活況を取り戻した。同時期に日本社会全体が日清戦争（1894年）の勝利による景気の上昇期であったこともこれに作用した。

しかし、1903年にドイツから輸入された合成藍が日本社会で急速に普及して日本の藍市場を席卷し、短期間で阿波藍やインド藍を駆逐した。その結果、阿波藍産業は大打撃を受け、今日に至る衰退への道を歩み出した。藍作は太平洋戦争中に食糧生産が優先されたために禁止された。田畑や空地は食糧増産のためだけの使用しか認められなかったため、藍作の作付けはゼロ近くにまで落ち込んだ<sup>23)</sup>。

本稿では、鍛冶（2016a）（2016b）で取り上げられなかった現代（終戦以降から今日）の阿波藍の動向について考察する。本稿1では1940年代半ばから1970年代に注目

し、阿波藍生産の衰退傾向が進むなかで、阿波藍の保存と振興に向けた本格的な取組みが展開された経緯と背景を明らかにする。本稿2では1980年代から2010年代前半に注目し、阿波藍産業の活性化に向けた具体的な取組みを明らかにする。本稿3では2010年代（特に後半）の動向に注目し、阿波藍の振興に向けた具体的な実践内容を整理する。本稿4では今後の阿波藍の振興に向けて改善すべき現代的課題を明らかにする。

## 1 1940年代半ば～1970年代の振興活動

### 1.1 展開

太平洋戦争中には基本的に生産活動が停止された阿波藍だが、終戦直後よりその生産が再開された。終戦直後の1946年には3haまで縮小していた栽培面積は、1949年には78haにまで拡大した。しかしその後、1950年代から1960年代前半にかけては栽培面積の縮小傾向に歯止めがかからず<sup>4)</sup>、1966年には終戦直後とほぼ同水準の4haにまで縮小した（実際には2haだったという説もある）。1949年から1966年までの17年間で大幅に栽培面積が縮小した背景には、日本社会が昭和30年代に高度経済成長期を迎えたのを機に化学染料や化学繊維が普及して消費者の藍需要が大幅に減少したこと、またそれに合わせて藍師（葉藍から染料の薬を作る製造業者）や藍作人が藍作を放棄して転業するようになったことが挙げられる。藍作は高度経済成長期に大きく後退し、阿波藍産業は縮小を余儀なくされた。

こうした状況を改善し阿波藍産業の将来的な消滅を防ぐため、1960年代後半から1970年代にかけて阿波藍を一産業として再度振興させる機運が高まり、それらを実現するための諸組織が結成され、阿波藍の保存と振興に向けた各種の取組みが展開された。その代表的組織として、徳島県阿波あい生産保存協会、徳島県藍染研究会、阿波藍製造技術保存会が挙げられる<sup>5)</sup>。

1967年には徳島県の支援によって「徳島県阿波あい生産保存協会」が設立され、阿波藍の本格的な復興に向けた取組みが開始された。この協会では、藍植物の種子の生産・提供・保存、藍植物の栽培と加工、藍の用途開発、さらに藍に関する研究成果の発表と普及に努めている。一般の生活者<sup>6)</sup>からの藍に関する問い合わせにも積極的に応じ、今日まで阿波藍産業の再興に向けた地道な活動を継続している。またこの団体では、蓄積された阿波藍に関する様々な製造技術を後世に継承する活動を通して、阿波藍の振興に貢献していくことにも重点を置いた<sup>7)</sup>。

1977年には、徳島県阿波あい生産保存協会の活動を踏襲しつつ阿波藍の新たな活用方法を模索する団体として「徳島県藍染研究会」が設立された。この研究会では名称の通り藍染を研究することに力点が置かれ、藍染めに関する技術面での勉強会や講習会、藍染めに関する幅広い情報提供に尽力している。さらに徳島県内外では展覧会などを通して、藍染技術の向上と阿波藍の広報活動に努めている。

1978年には、阿波藍の保存と発展の実現を目的とした組織として「阿波藍製造技術保存会」が設立された。阿波藍の製造技術は文化庁から選定保存技術に選定されているが、この会はそれの保存組織として国から認定を受けている。

これら三組織を中心とする阿波藍の保存と振興に向けた諸活動の結果、1960年代後半以降には阿波藍の生産が緩やかに回復するようになった。1970年代と1980年代における阿波藍の藍作状況を概観すると、1966年以降に阿波藍の復興に向けた取組みが展開されるようになったことを背景に、1970年代から1980年代にかけて栽培面積や乾葉の生産数量の総体的な拡大傾向が見られた。栽培面積は1973年と1974年には9.7 ha、1980年には18.2 ha、1987年には22.4 haまで拡大し、阿波藍の復興支援活動の契機となった1966年の栽培面積（4 ha）と比較して、20年間で5.6倍にまで拡大している。また乾葉の生産数量は、1974年には26 tだったが1987年には78 tまで拡大した<sup>8)</sup>。これらの動向は1960年代後半から1970年代にかけて展開された、阿波藍の振興を目的とする上記の三組織を中心とした積極的活動の成果のひとつとして理解できる。こうした成果は戦前期の往年の数値には程遠いが、徳島県が僅かでも阿波藍の保存と継承に尽力している姿勢が具体的結果として表れていることが窺える。

## 1.2 背景

ではなぜ、産業としても衰退傾向にあった阿波藍が1960年代後半から1980年代にかけて、本稿1.1で挙げた栽培面積の拡大と生産数量の拡大（つまり阿波藍生産の増進）を実現できたのか。その理由として以下の4点が挙げられる。

第1に、保存と振興に向けた上記の諸活動が個人的活動だけでなく組織力を生かした集団的活動のもとで展開されたことである。つまり、阿波藍の存亡の危機を痛感していた複数の生活者が「〇〇会」という形の組織を結成し、阿波藍の保存と振興の実現という目標を共有したこと、そしてこの目標を実現するために各組織に所属するメンバーが真剣に議論を重ねて阿波藍の振興策を模索したこと、更にこうした地道な活動が徳島県内外での社会的関心を高めるようになったことが作用している。あらゆる振興活動にお

いては、振興対象に対する地域住民や関係者の「深い愛着」と「強い危機意識」がその成否を決める一因となる。阿波藍の場合、各組織に所属するメンバーには徳島の特産品である阿波藍に対する強く深い愛着がある一方、近い将来に阿波藍が消滅する可能性があるという強い危機感を共有できたことがこうした取組みを継続させる原動力となり、結果として作付面積の拡大という一定の成果を実現できたと考えられる。

第2に、徳島県阿波あい生産保存協会・徳島県藍染研究会・阿波藍製造技術保存会による諸活動によって、阿波藍に関する情報公開が大幅に進展したことである。従来、阿波藍製造に関する情報は、それに関わる生産者が独占的に保持してきたため、一般の生活者がそれらの情報に触れることはほとんどできなかった。つまり、紺屋などの染工場以外では阿波藍の使用法や染色方法が一般的に認知されず、そのことが阿波藍製造への新規参入を困難にしてきた。しかし上記の三組織による保存および振興活動を通して、阿波藍に関するさまざまな情報公開（特に阿波藍の製造方法の公表）が進み、阿波藍に対する社会的理解と消費行動を促進した<sup>9)</sup>。その結果、愛好家による個人的な染色が活発に行われ、彼等自身の趣味や創作活動のひとつとして藍染が積極的に行われるようになった。また阿波藍を使用した染色をできる限り簡単かつ手軽に行う方法が開発されるなど、その染色方法や活用方法の多角的検討が進むようになった。

第3に、上述の第1・第2が展開されたことにより、一般の生活者でも比較的簡単に藍染ができる方法が研究されるようになったことである。つまり、徐々に藍建ての方法を指導できる人材が輩出され、彼等による指導を契機にして藍染に挑戦する生活者が現れるようになった<sup>10)</sup>。藍染技術の容易化により藍染が一般化したことも、間接的に栽培面積や生産数量を拡大させる一因になったと考えられる。

第4に、同時期の日本社会では高度経済成長を実現し、生活者が全般的に経済的・社会的に豊かな日常生活を実現させ、生活者が量的な豊かさから質的な豊かさを追求する生活様式を模索するようになったことである。その結果、日常生活の質的向上の一手段として藍染を含む伝統的な日本文化への関心が徐々に高まるようになった。そのなかで藍染の美しさや素晴らしさが生活者に理解されるようになった。さらに同時期には草木染めが流行するようになったことで、藍染に不可欠な葉の需要が拡大し葉藍の作付けが増加するようになった。

## 2 1980年代～2010年代前半の振興活動

### 2.1 展開

本稿1で指摘した通り、1960年代後半以降、阿波藍の保存と振興に向けた積極的活動が展開された結果、1970年代から1980年代にかけては作付面積や生産数量が徐々に回復するようになった。その一方で1978年から2005年にかけては、阿波藍の生産量と消費量はほぼ等しくなり、藍作農家では在庫を持たなくなった。1999年時点での阿波藍の栽培面積は20 ha、薬は1000俵（約60,000 kg）にまで生産量は減少し、全体として品不足な状態になっている。現在は藍玉を作らずに薬で藍建てして染色している<sup>11)</sup>。

一方で徳島県内での阿波藍の消費に関して、1978年から1980年まででは全生産量の約35%を消費したが、1981年から2005年にかけては30%未満になり、2005年には23%に止まっている。ただし同時期の阿波藍の生産量は大きく変化していないことから、徳島県外での消費が拡大したことが窺える。また阿波藍は他の天然藍に比べて非常に高価であることから、2010年時点では海外への輸出は行われていなかった<sup>12)</sup>。しかし本稿3で後述する通り、2010年代には阿波藍の海外での販路開拓を目指す動きが見られるようになる。

このように阿波藍の保存と振興に向けた地道な活動が見られるにもかかわらず、2000年代に入っても阿波藍生産の縮小傾向に歯止めがかかっていない。以下では『徳島新聞』（2012年6月2日号）を参考に、2000年代の阿波藍の生産状況を概観しておく。

阿波藍の染料となる薬の生産量は、1994年度から2004年度までは年間60 t以上が生産され、この間に2000年度には69 tまで達した。しかし2006年度以降に生産量の減少に拍車がかかり、2008年度には50 t、2010年度には42 t、2011年度には38 tまで減少した。原料の藍葉を栽培する農家数は、2000年度には92戸であったが、2011年度には33戸にまで減少した<sup>13)</sup>。栽培面積は2000年度には25.4 haだったが、2011年度には15.3 haにまで減少した。

2000年代半ば以降に阿波藍の生産量、農家数、栽培面積が大きく縮小傾向に転じた背景について、生産・消費・経済の観点から三点指摘できる。生産面に注目すると、栽培農家の高齢化が進行し、重労働を強いられる藍作を体力的に継続することが困難になってきたこと、また藍作の後継者不足が深刻化していることが挙げられる。消費面に注目すると、藍染製品の主力である着物の需要が減少し続けていること、またそのことと

関連して2006年には藍染製品の有力な販売先であった大阪や京都の大手呉服店が相次いで倒産したことが挙げられる。経済面に注目すると、1990年代より継続する日本社会の長期不況の影響で高級品である阿波藍の全国的需要が低迷したこと、特に2008年以降にリーマンショックによる消費低迷が進行したことが挙げられる<sup>14)</sup>。こうした状況を背景に阿波藍産業は大きく衰退し、近世以来の伝統的生産方法を継承する藍作農家が僅かに残存するのみとなった。しかし、阿波藍は徳島県を代表する伝統産業または観光資源として重要な位置を占め、天然藍の美しさや色合いに対する生活者や観光者の関心は今なお衰えていない。阿波藍の存在意義を徳島県内外に発信するには、阿波藍に関する諸情報を積極的に公表すること、そして生活者（特に若年層）が直接的ないしは間接的に阿波藍に触れる機会を多く提供することが重要である。実際、それを実現させる手段として本稿2.2～2.6で記す方法が展開されてきた。

## 2.2 プロモーション活動の展開

戦後以降、阿波藍の魅力が徳島県内外にアピールするプロモーション活動が継続されてきた。その背景には、衰退傾向にあった阿波藍産業の実態だけでなく、それを改善していく契機として阿波藍の魅力が積極的に発信し、生活者が阿波藍に触れる契機を提供することが挙げられる。その具体的手段として行われてきたのが、インターネットを使った情報発信と阿波藍関連の啓蒙書の出版である。

インターネットの場合、例えば、徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」の中で「藍染め」という項目が設けられ、藍の魅力、阿波藍の歴史、藍染体験ができる施設の案内など、徳島の観光資源のひとつとして阿波藍のアピールを続けている<sup>15)</sup>。同様に、徳島県立農林水産総合技術支援センター農業研究所の公式ホームページでも「藍に親しみ藍を楽しむ」という項目を設け、藍の紹介や染の簡単な製造方法を紹介し、生活者に阿波藍を身近に感じてもらうための工夫が施されている<sup>16)</sup>。両者とも、阿波藍が徳島県の代表的な特産品であり日常生活に身近な存在であることをアピールする内容となっている。

阿波藍に関する書籍の刊行は多面的に行われている。阿波藍に関する学術研究書としては天野（1986）が代表的であり、その他にも多くの研究者による論文が発表されている。一方で、阿波藍に関して読みやすい文体で纏められた冊子やパンフレットが数多く刊行され、阿波藍の歴史・現状・将来性を誰もが手軽に理解できるよう編集された書籍が散見される。例えば徳島ペンクラブは2010年10月に「徳島ペンクラブ選集 別冊」として112ページにわたる『阿波藍を訪ねて』という冊子を刊行している。また同年

12月には『徳島ペンクラブ選集 PART 28』の中で「特集／阿波藍の魅力を探る」が約50ページにわたって設けられ、阿波藍に関連する技術者や専門家が阿波藍の現状や将来性に言及している。

### 2.3 藍染体験の実施

かつて染色の機会はそれを生業とする一部の生活者にしか与えられなかった。阿波藍の場合も同様に、栽培・製造・販売の全工程を一般の生活者が手軽に体験することは難しく、またその技術の習得も容易ではなかった。そこで阿波藍の実態を生活者に理解してもらう方法として、短時間でかつ安価に行える藍染体験の場が用意され、生活者が阿波藍に直接かつ手軽に触れる機会が提供されている。例えば、藍住町歴史館藍の館（板野郡）、上板町技の館（板野郡）、本藍染矢野工場（板野郡）、古庄染工場（徳島市）、藍染工芸館（徳島市）、長尾織布（徳島市）などの各施設や工場では、事前予約をすれば1時間1,000～2,000円程度で本格的な藍染を体験できる。

こうした阿波藍を活用した染色体験は現在、徳島県内では小中高校での教育の一環としても活用されている。教育現場への阿波藍の活用の有効性について、川人（2010）は、「特に、小中学校での藍染体験は、将来の阿波藍の得意先開拓の可能性を含んでいます。（省略）以前は家業で藍染に関わっていない限り、藍染をする機会はありませんでした。しかし、教育の場で阿波藍に触れる機会があると、家業に関わらず、誰でも藍染体験ができます。阿波藍の伝統を次世代へ伝えていくには、この意味は大きいものです」<sup>17)</sup>と述べ、学校教育における藍染体験が阿波藍の将来的な保存と振興に有効であると強調する。また徳島県内外からの訪問する観光客に対しては、上記の施設は藍染体験ができる数少ない場所（観光施設）として機能している。教育や観光の現場での藍染体験は、学生と教員、また県内外の観光客に対して、本格的な藍染を体験する貴重な機会を提供し、また阿波藍の現状と課題を教育する有効な手段として活用されている。そして阿波藍の製造現場を実際に見学させることで、阿波藍の製造技術がいかに高度でかつ保存に値するものであるかを現地訪問者に直接訴えることができる。

### 2.4 阿波藍を活用した商品の販売

今日の生活者が日常生活のなかで藍染を手軽に行うことは容易ではない。まして自分で藍染したモノを日常的に使用する機会はほとんどない。そこで事前に藍染された商品がさまざまな形態で販売されている。生活者は自身で藍染を行わずとも、阿波藍で染色



された商品を購入し利用することで阿波藍に触れることができる。

その代表的な商品として「阿波しじら織り」が挙げられる。阿波しじら織りは明治期に発明され、大正期にかけて夏季用衣料として好評を得た。植物染料である藍を使用して染色した糸で織られており、「阿波正藍しじら織り」という製品名で1978年7月に国の伝統的工芸品に指定された<sup>18)</sup>。しかし現在は徳島市内の数軒の製造工場で製造されるのみであり、「徳島県伝統的特産品」<sup>19)</sup>に指定されている。

また、個々の店舗や工場では阿波藍を活用した商品を販売する動きがみられる。例えば本藍染矢野工場では、藍染された乳幼児用の肌着、靴下、ミトン、シャツ、ワンピースなどを通信販売している<sup>20)</sup>。藍染工芸館では、藍染された着物、浴衣、衣類、Tシャツ、作務衣、スカーフ、ストール、ハンカチ、帽子、ネクタイ、扇子、うちわ、バッグ、小物類、生活雑貨、生地、暖簾、タペストリー、額、テーブルセンター、テーブルウェア、カバーリンクなどを、店頭販売と通信販売で受付けている<sup>21)</sup>。これらは決して販売者側が阿波藍を土産品と位置づけて販売しているわけではなく、徳島の特産品である阿波藍を活用した商品として販売している。しかし観光者にとっては、阿波藍で藍染された商品の数々は徳島県外で直接入手することは難しく、また観光体験の記録（思い出）にもなることから、それらを土産品と認識して購入する者も少なくない。阿波藍で藍染され徳島県内で販売される商品群は、販売者の意図に関わらず徳島県の土産品として機能している。特に外国人観光客は阿波藍が施された高額商品を土産品として購入するケースが多い。

阿波藍に関連した商品は、単に阿波藍の多用性や地域性をアピールすることだけが目的で販売されているのではない。生活者が日用生活品のひとつとして、また観光者が土産品として阿波藍関連の商品を継続的に購入することは、将来における阿波藍の振興に結びつくと考えられている。なぜなら、阿波藍の購買（消費）行動の活発化は、阿波藍の製造（生産）活動の活性化に結びつき、阿波藍製造に関わる生活者の生産活動や生産技術の伝承に繋がるためである。この点に関して川人（2010）は、「阿波藍の伝統を守るには、その仕事を続けられるだけの絶対的な消費量が必要です。小規模でありながら、しかも農業と切り離せられない阿波藍の製造には、毎年途切れなく安定した消費が求められます。阿波藍を消費する、つまり阿波藍で染められた製品が市場に出て、消費者が購入する以外、阿波藍製造の伝統を継承する方法はありません」<sup>22)</sup>と主張し、阿波藍の保存や振興にはまず、生活者が阿波藍に直接触れること、そして阿波藍関連の商品を積極的に購入できるような環境整備を進めること重要であると訴える。

## 2.5 資料館の設置

生活者に阿波藍の現状と課題を正確かつ効果的に理解してもらうためには、阿波藍に関する専門の資料館を設置し、そこで阿波藍の歴史や現状を学び理解してもらう機会を提供することも必要である。それを通して生活者は、阿波藍には近世以来の長い歴史と伝統があること、今その伝統が失われようとしていること、そして阿波藍の伝統を保存し固守していくことの重要性和必要性を認識することになる。これに関して重要な役割を果たす代表的施設として、「藍の館」「技の館」「三木文庫」が挙げられる。

「藍の館」は公式ホームページによると1989年8月1日に開館した。藍商であった旧奥村家屋敷の13棟の建物が1987年に藍住町へ寄付され、併せて13万点に及ぶ奥村家文書も町所有となったことを契機に、奥村家屋敷の他に旧屋敷内に展示用建物を新設して開館した。設立の目的として同ホームページには、「旧屋敷・奥村家文書・藍関係民俗資料(国指定)の恒久的保存と学術的利用をはじめ、藍の専門博物館として阿波藍の知識を普及するとともに、藍の生活文化の創造と藍の情報センターとしての役割を担っています<sup>23)</sup>と記されている。このことから藍の館が、徳島を訪問する観光者の集客施設としてだけでなく、阿波藍を保存し継承する拠点としての機能も担っていることが窺える。川上(2010)によると、藍の館への訪問者数は平成元年には15,475人、1992年から2010年まで毎年30,000人以上が入場した<sup>24)</sup>。

「技の館」は上板町が有する伝統的な工芸や藍染の技術を保存するだけでなく、生活者が伝統工芸や藍染めを体験できる施設として徳島県板野郡上板町に設置された。この施設ではコースター・ハンカチ・バンダナなどへの藍染体験ができ、体験者が製作したオリジナル作品を持ち帰ることができる<sup>25)</sup>。

「三木文庫」は藍商だった三木産業株式会社の総本店に残された資料館である。そこには阿波藍や郷土に関する約80,000点に及ぶ資料が保存され、阿波藍産業の史的展開を学術的観点から考察する際に活用できる一次資料が多数保存されている。

## 2.6 イベントの開催

徳島県内外では阿波藍の魅力を広く伝達するための各種イベントが継続的に展開されている。2000年代後半以降の代表的イベントをいくつか挙げると、例えば「阿波藍千枚の布に挑む」(徳島県内外9か所、2009年7月～9月)、「サムシング・ブルー企画」(大阪・奈良・神戸、2010年8月～11月)、「阿波藍国際研修会2010」(徳島市、2010年11月)、「阿波藍メッセ2010」(徳島市、2010年11月)、「藍染ファッションショー in

京家町」(京都市 2010 年 12 月 5 日), 「阿波藍×未来形プロジェクト巡回展」(京都市, 2010 年 12 月 6 日~12 月 22 日), 「阿波藍メッセ 2011」(徳島市, 2011 年 9 月), 「阿波藍国際研修会 2011」(徳島市, 2011 年 9 月), 「阿波藍メッセ 2011」(徳島市, 2011 年 9 月) 等が開催されている。また徳島では 2011 年 7 月以降, 「阿波藍×未来形プロジェクト」を始動させた。そのコンセプトは, 「阿波藍の染め出す美しい色。歴史的・文化的な物語性。これらをたくさんの人に知ってもらうこと, そして, 阿波藍の色を取り入れた暮らしや新しい価値観を創造することで阿波藍の魅力を国内外に伝える」<sup>26)</sup> ことになった。

これらのイベントに共通するのは, かつて阿波地域で大量生産され全国ブランドとして確立されてきた阿波藍産業が衰退傾向にある現状に対し, 生活者や阿波藍産業の関係者が強い危機感を抱き, 商品としての阿波藍の魅力を県内外の生活者に再認識してもらうことで, 徳島県が持つ藍文化を維持し後世に継承していく方策を見つける契機とする点にある。したがってこれらのイベントでは, 数多くの展示と研修会を通して徳島県内外の生活者に阿波藍の魅力と現状を生活者に広く認識させ, 将来的な阿波藍のブランド強化と消費促進を進めることを目指している。

### 3 2010 年代の振興活動

#### 3.1 展開

徳島県内の阿波藍生産は 2000 年代には低迷傾向だったが, 本稿 2.2~2.6 で取り上げたさまざまな阿波藍振興に向けた取組みが功を奏し, 2010 年代には阿波藍の栽培戸数と栽培面積, 染料となる菜の生産量は増加傾向にある。栽培面積は 2012 年度の 14.1 ha, 栽培戸数は 2011 年度に 33 戸, 菜の生産量は 2013 年度には 36 t にまで落ち込んだものの, その後はいずれの値も増加傾向にある。その背景には, 阿波藍が着物以外に木材や食品など幅広い用途に使用されるようになったことや, 主要産地の徳島県上板町を中心に新たに栽培を始める個人やグループが出現したことが挙げられる<sup>27)</sup>。

また東京 2020 オリンピック・パラリンピック (2021 年夏季に延期) の公式エンブレムに藍色の「組市松紋」が採用されたことを受け, 2017 年には「徳島県民の藍への関心と理解を深め, 藍文化の継承と産業の振興を図る。併せてその魅力を発信する」ことを目的に, 7 月 24 日を「とくしま藍の日」, 毎年 7 月を「とくしま藍推進月間」と位置づけ, 阿波藍振興に向けた一層の取組み推進を図ることが目指された<sup>28)</sup>。

加えて2018年5月には、徳島県内の吉野川流域にある徳島市・吉野川市・阿波市・美馬市・石井町・北島町・藍住町・板野町・上板町の9市町が共同で申請した「藍のふるさと 阿波～日本中を染め上げた至高の青を訪ねて～」が、文化庁の「日本遺産」に認定された。

このように阿波藍への脚光が高まった2010年代後半には徳島県内で開催される阿波藍関連の取組みは大きく増加し、県内の認知度向上や需要喚起、さらには県外（さらには海外）へのプロモーション活動が積極的に展開されるようになった。なかでも先述の通り東京2020オリンピック・パラリンピックのエンブレムで藍色を使用したデザインの採用が決定したことの意味は大きい。徳島県内ではこれを阿波藍の魅力を国内外に発信しプロモーションしていく好機と捉え、阿波藍の再評価を進める起爆剤になると期待されており<sup>29)</sup>、藍染体験ツアーを含めた県内周遊観光の模索、県内の有望選手に藍染シャツの着用依頼、徳島阿波踊り空港やJR徳島駅での藍染のアピール（藍染めされた垂れ幕やのぼりの装飾、ネクタイや服など藍染めされた製品の販売など）、食用藍の販路拡大、藍栽培の低コスト化や安定生産技術の検討、阿波藍の歴史や生産工程を紹介する動画作成などを実施し、東京五輪に向けた阿波藍のプロモーションを進めている<sup>30)</sup>。

本章3.2ではまず、長年取組まれてきた日常生活における阿波藍の活用について概観する。本章3.3以降では、2010年代に行われた阿波藍振興に関する取組みを概観する。

### 3.2 日常生活のなかの阿波藍

本稿2で述べた通り、阿波藍の振興には消費者が阿波藍に触れ、継続した消費行動に結びつけること、そして域内循環により阿波藍の再生産に結びつくシステム構築が重要である。そのための前提として、阿波藍の認知度を高め日常生活のなかで気軽に利用できる商品として確立することを目指す必要がある。

そもそも阿波藍は日本史を通して多様な消費方法が模索されてきた。代表的なものと言うまでもなく染色手段としての活用である。生活者は衣類や敷物を阿波藍で染色し、それらの製品を日常的に使用した。さらに阿波藍は全国各地の名産となる織物の質的向上を図る上でも貢献している。高い品質性が認められる阿波藍は、桐生織・結城紬・長板中型・有松紋・松坂木綿・河内木綿・久留米緋など、各地域の優れた名産品の織物の染色に使用され、これら各地域の特産品になくてはならない染料として位置づけられている<sup>31)</sup>。阿波藍は、他の製品の色彩や品質を向上させる有力な染色手段として今日でも

活用されている。

その一方で阿波藍は染料以外の活用方法も模索されてきた。例えば上田（1975）によると、1970年代中頃には以下のような使用方法が展開されていたという。

第1に絵画への活用である。藍の生葉や干葉を磨り潰して汁にし、絵具として藍色を表現する際に利用するもので、日本画で用いられる。藍建てしてできた藍の花を乾燥させて粉末にしたものも藍色として使用された。茎も醗酵させることで茶色として使用でき、藍色と茶色を組み合わせると緑色を作り出すこともできた。

第2に医薬への活用である。藍を医薬用として活用技術は中国から伝来した。活用例と効能として、藍種を煎じて服用することで解熱効果がある。藍種を乳鉢で磨り潰して粉末にして服用すると不妊症に効果がある。葉を乳鉢で磨り潰して粉末にして服用するとふぐの中毒に対する特効薬の役割を果たす。藍の生葉をよく揉んで汁を出して刺傷や毒腫に塗布すると治癒効果が高まる。生藍や干葉は鎮痛効果や安眠効果がある。葉や葉や藍で染めた織物は衣類の防虫効果がある。藍染液の泡は水虫の妙薬としての効果がある。以上のような薬用効果が期待できた。このように藍には抗菌や解毒作用があり、生活者の健康維持を促進する医薬的効果があることが古くから知られてきた。また近年では医学的観点からも藍の効能が注目され、藍の健康食品や医薬品としての可能性を探る研究が展開されつつある<sup>32)</sup>。

第3に、食用としての活用である。藍を食用として用いる場合は少なく、刺身のつまとして藍種を発芽させ、双葉の時にひとつまみ皿に盛り付ける。これは刺身を食べた後に食することで解毒作用があり、食あたり対策として活用されてきた。また藍の茎を塩漬けにして食べることにより医薬として虫下しの役割もあった。

第4に陶器類など焼物への活用である。中国では古くから藍を焼物の上薬に混ぜて塗焼きにした。日本では有田焼や伊万里焼の製作時に藍色の優雅な色彩を表現するために用いられたが、具体的な使用方法が判明していないだけでなく、1970年代時点でも既にほとんど見られなくなっていたという<sup>33)</sup>。

このように、藍は単なる染色手段としてだけでなく、生活者の日常生活を補完するさまざまな活用方法が模索され実践されてきた。こうした阿波藍の幅広い活用方法を応用することで、阿波藍の日常的消費を多面的に追究することが可能となる。そしてこうした追究は本稿3.3で後述するように今日もさまざまな分野で展開され、阿波藍の魅力を引き出す絶え間ない努力が続けられている。3.3以降の考察では、『徳島新聞』に掲載された新聞記事を参考にし、2010年代後半に徳島県を中心に展開された、阿波藍の普及

と活用に関する代表的活動をまとめる。

### 3.3 非営利組織による振興活動

ここでは非営利組織による代表的活動の事例を挙げておく<sup>34)</sup>。

① 2015年1月には徳島県立城西高校（徳島市鮎喰町2）の学生たちが、収穫した阿波藍の種を全国に希望者に無料で配る活動を行った。同校では、2010年から郷土の伝統文化を継承する取組みとして藍栽培を開始し、種蒔き・刈取り・葉生産・染めまで一貫した作業に取り組んでいる。その結果、農場面積は2010年には400㎡だったが、2015年時点では1000㎡にまで拡大した。その一環である阿波藍の無料配布は2011年から続けられ、2015年1月時点での全国への送付件数は600件を超えた。同校ではこの活動を通して、藍の栽培農家や藍染の後継者が輩出されることも期待しているという。

② 2015年度には徳島県立城西高校・徳島科学技術専門学校・徳島商業高校の学生が連携し阿波藍の六次産業化に取り組み、阿波藍の新商品を生み出すことを目指す取り組みを開始している。こうした教育機関での阿波藍（特に藍染）との接触は、徳島県の学校教育の大きな特徴であると同時に、幼少期から阿波藍に直接触れる貴重な機会を提供している。

③ 障害者支援施設での活動として、2015年3月には障害者就労支援施設「東部支援センター ちゅうりっぷ」（徳島市北島町）で、産業振興活動の一環として阿波藍の栽培を開始した。背景には、高齢化で生産農家の減少が進む阿波藍の栽培振興に一役買うことや、徳島県美馬市の障害者就労支援施設が同様の取組みで成果を上げていたことが挙げられる。

④ 2017年5月からは、NPO法人新町川を守る会が藍の花を徳島市中心部に咲かせるプロジェクトを開始した。これは県民に藍を身近に感じてもらい、観光客にもアピールするために企画された。

⑤ 2017年8月には、徳島大学・四国大学・県立農林水産総合技術支援センターなど徳島県内の産官学7団体が「藍に関する研究開発プラットフォーム」という名称で、藍の利用と活用に関する3年間の共同研究を開始し、染料以外の藍の利用・活用策の確立を目指した。

⑥ 2017年8月には、徳島県の地域振興に取り組むNPO法人ホワイトベースとくしまが徳島師下助任町に阿波藍専門のショールーム「阿波藍 あお」を開業した。

⑦ 2017年12月より、県内の藍師・染師と行政担当者が共同で、伝統技法に基づいた

阿波藍の発信に向けた検討グループを結成し、阿波藍の正確な情報発信とブランド化に向けた活動を開始し、将来的には「菜や天然素材の使用が確認できるタグの発行」「阿波藍を証明する検定制度の創設」「若者をターゲットとした商品開発」「他県の取組を学ぶ研修の実施」などを進めることとなった。

⑧ 2018年には徳島県の「農福連携とくしまモデル」に指定された阿南市長生町の障害者支援施設「西室苑」では、利用者の就労支援や藍栽培の後継者育成を目的に、藍生産から藍葉の乾燥までを一貫して行う事業を開始した。これは利用者間の交流だけでなく手作業による高品質な藍葉生産にも有効であり、県は他施設にも同様の藍栽培を奨励するという。

⑨ 2018年には徳島県藍住町では「藍染普及推進事業」の一環として、藍の産地復活に向けた取り組みを本格化させた。タデ藍の栽培・菜作り・藍染ができる人材を育成し、将来的には事業者として独立し藍の魅力を発信する担い手となってもらうことを目指した。

これらの活動に共通するのは、阿波藍の生産量自体の拡大よりも、生活者に阿波藍に触れ体験してもらうことに主眼が置かれていること、阿波藍を通じた人的交流の活性化が図られていること、そしてこうした活動の中から将来の阿波藍生産を担う人材の獲得と育成が目指されていることであり、長期的な視野に立った取組みである点である。

### 3.4 イベントを通じた振興活動

阿波藍は徳島県内での各種イベントで活用され、阿波藍の利用促進が促されている<sup>35)</sup>。

① 2015年4月11日から6月7日まで、徳島城博物館では徳島県産の伝統的和漢薬「敬震丹」と阿波藍との関係をまとめた企画展が開催され、徳島の特産品である阿波藍との接点についてアピールがなされた。

② 2015年5月14日には、徳島県内の子供達が阿波藍と触れ合う機会とするイベントのひとつとして、徳島市地場産業振興協会が主催した「子ども藍染ファッションショー」が徳島市立木工会館で開催された。モデルとなった保育園児たちは藍染されたTシャツやスカートを着こなしていた。衣装は本藍染矢野工場（徳島県板野郡藍住町）が手掛けた。

③ 2015年8月には徳島県板野郡藍住町にて、夏に涼しさを感じさせる藍染作品の展示会が藍住町役場と藍屋敷おくむらで開催された。特に藍住町役場の展示室には藍住西

小学校の全児童が栽培した藍で染め上げた作品が展示された。

④ 2018年4月に開催された「はな・はる・フェスタ2018」では徳島の伝統文化に触れるイベントが行われ、来場者（地元の子供たちや観光客）が藍染体験を堪能した。

これらの活動には、阿波藍自体の存在や有効性を周知させる教育的側面と、阿波藍の多様な活用方法を提案する実践的側面があったと言え、阿波藍が持つ日常性や大衆性が強調されてきた。

### 3.5 プロモーションを通じた振興活動

現在では阿波藍発祥の地である徳島県民でさえ、阿波藍に日常的に接する機会が少ない。その背景には、阿波藍が高級ブランド化してしまい、日常的用途が十分に理解されていないことが挙げられる。そこで徳島県内だけでなく県外の生活者にも阿波藍生産を実感してもらい、また彼等への阿波藍に関する情報提供を進めるためのプロモーション活動が展開されている。その実践例をいくつか列挙する<sup>36)</sup>。

① 2016年2月には、阿波藍を使用したものづくりに取り組む徳島県内の企業で構成される「徳島藍ジャパンプルー推進プロジェクト」が、藍関連の商品開発を支援するマッチングサイト「寄り藍」(<http://yorai-blue.org>)を開設し、染色や栽培に関する生産方法や加工技術を有する県内加盟企業を紹介することを通して、加盟企業の製品や技術を国内外への拡大と、藍のブランド拡大および需要拡大を図る事業をスタートさせた。藍を素材とする商品開発を目指す企業の窓口として機能させ、加盟企業が原料や加工のノウハウを提供する。

② 2016年4月上旬には、三越伊勢丹ホールディングスが瀬戸内地方のものづくりに焦点を当てたキャンペーン「JAPANSENSES」を伊勢丹新宿本店などで開催され、徳島県内からは藍染を扱う事業者が参加し、特徴的な藍染製品の出品とアピールを行った。

③ 2016年12月4日には、自らが手掛けた藍染衣装を披露する「INDIGO COLLECTION 2016」が藍住町役場（徳島県板野郡）で開催され、幼稚園児から大学生まで男女51人が出演し、観客約200人が集まった。このイベントは東京オリンピック・パラリンピックの大会公式エンブレムに採用されたことにちなんで開催された。

④ 2016年12月14日から2017年1月16日にかけて、徳島県はJR四国と協力し、JR徳島駅に藍染のカーテンや藍色のラッピングシートを飾り付け、同駅を利用する乗降客らへのPR活動を行った。またJR阿波池田駅の構内でも、2016年12月21日から2017年1月16日まで藍染のカーテンやのぼりを飾った。



⑤ 2017年4月17日、徳島県は徳島のブランドイメージ向上を図るため、阿波藍のPR動画「AI-TOKUSHIMA」を動画投稿サイト YouTube 内の徳島県チャンネルに公開した。これは日本語バージョンだけでなく、海外発信力を高めるため英語の字幕付きバージョンも用意された。

⑥ 2018年5月10日、徳島県が2011年より新宿パークタワー内に開設している「県LED応用製品等常設展示場」をリニューアルオープンさせ、藍染関連商品の紹介コーナーを拡充させた。

⑦ 2018年10月には、ホテル・ルネッサンスリゾートナルト（鳴門市）が県内の藍染師らが監修し藍染めがふんだんに施された「阿波藍ルーム」（和室2室）をオープンさせ、県内外の宿泊者に阿波藍を体感できる空間演出が施された。

一方で2010年代は、阿波藍の海外発信を視野に入れたプロモーション活動も積極的に行われた。この背景には東京オリンピック・パラリンピックの公式エンブレムに藍色の「組市松紋」が採用されたことと、阿波藍が「日本遺産」に認定されたことが作用している。

⑧ 2015年4月には徳島県上板町高瀬で藍染製品を製造販売する「BUAISOU」と、染を生産する「BUAISOU. 製藍所」の二社が設立された。これらの会社は、徳島県上板町の地域おこし協力隊員を同年3月で退任した若者2名が、それまでの活動を継承し事業化したものである。この2名は2014年4月にアメリカのニューヨークで開催した藍染の染色教室が好評だったことを受け、2015年4月にはニューヨークにも現地法人を設立し藍染工房を開設した。今後は取扱品数の増加、商品販売や染色業務の受注、染色体験講座の開催、インターネット販売の開始を目指す。

⑨ 2016年1月22日から26日にかけて、藍染商品の製造販売を手掛ける「あおし」（徳島県徳島市）が、フランスのパリで開催された世界最大級の見本市「メゾン・エ・オブジェ 2016」に参加した。あおしは絹素材を天然藍で染色したストールとスカーフを出品する他、英語表記のパンフレットも作成して阿波藍のアピールを行った。あおしは2015年9月に開催されたミラノ国際博覧会の日本館にも出品し、その際に阿波藍で染色した商品購入の引き合いが多かったことから、阿波藍の欧州市場での手ごたえを感じたという。

⑩ 2016年9月以降、内装材製造を主要事業とする大利木材株式会社（徳島県徳島市）は、藍染めされた自社製品30種類以上をシンガポールへ輸出する取組みを開始した。今後は東南アジア諸国連合（ASEAN）への広域的輸出も検討している。同年12月2に

は藍染建材を発信するアンテナショップ「商店」をシンガポールにオープンさせた。シンガポール現地の業者や住民からの注目度は高く、既にアンテナショップのオープン前には建材の予約注文が殺到し、同社の藍染小物ブランド「AOLA」は完売したという。

⑪ 2017年より、ネパール大地震で被害を受けた村に現金収入の手段を確保する目的で、ネパールの山村で海陽町産の阿波藍の種を使った藍を育成する民間プロジェクト「AiUeO 藍植えよう。」がスタートし、刈り取った葉で藍染めした商品販売を進めた。

⑫ 2017年には、阿波藍をイスラム教徒（ムスリム）の女性向けの藍染ファッションを開発するプロジェクトが進められ、徳島市内で藍染製品を製造する「あおし」と「古庄染工場」とインドネシア出身デザイナーが共同で、ムスリムの女性が頭を覆う「ヒジャブ」の藍染商品の制作を目指し、ニューヨークでのファッションショーへの出展を目指す取り組みがなされた。

⑬ 2017年6月には徳島県や県内の経済団体が構成される「とくしま農林水産物等輸出促進ネットワーク」が台湾での百貨店で藍染製品の販売を行った。台湾での徳島の藍染販売イベントはこれが初めてであった。

⑭ 2018年には内装仕上げ製造販売業の「大利木材」（徳島市）が藍で塗装した建材や木製小物の海外展開を強化した。同社は2016年にシンガポールへ初めて藍建材を輸出した後、台湾・アメリカ・フランスへの営業活動を行ってきた。また今後の需要拡大を見込み、藍葉栽培の契約農家を増やすなど増産体制を整備した。

これらの事例に共通するのは、標的市場を需要縮小が進む日本国内に限定せず、日本の高品質な製品や文化に関心の高い海外諸国も視野に入れたグローバル展開を志向している点である。今後、阿波藍の有力な消費市場として海外諸国を視野に入れることは無意味ではない。こうしたグローバル・マーケティング戦略が一時的展開で止まるのではなく継続化できるビジネスモデルの構築が急務である。

### 3.6 討論を通じた振興活動

会議や意見交換会などの討論を通して、学術的視点と実務的視点の双方から阿波藍の将来を模索する動きが活発に行われている<sup>37)</sup>。

① 2014年12月19日には、阿波藍の多様な活用方法を探るため2013年に発足した徳島県の庁内組織「藍研究プロジェクト（PT）会議」が開催され、有識者だけでなく阿波藍商品を手掛ける企業関係者らが意見交換を行い、低価格で作業効率の高い藍の簡易収穫機の開発、栽培希望者への講習会の実施といったこれまでの活動成果を報告した。

また同会議では、海外販路拡大の可能性と課題（原料の確保、栽培農家の確保）、食への活用と安全性の裏付けの必要性などについて意見が出された。

② 2016年10月15日に、阿波藍などの県産農産物を活用した事業展開を考えるフォーラム「徳島の藍と6次産業化」が徳島市で開催され、藍を活用した事業展開の可能性が議論された。

③ 2016年11月4日には、全国各地で徳島の魅力をPRしている徳島県出身者による「徳島交流大使会議」がホテルグランドパレス徳島で開催され、阿波藍に関する相互理解、藍商品の販路拡大、食用藍の普及など、今後展開される各事業の説明とそれを踏まえた意見交換会が行われた。意見交換会では藍商品の量販体制の確立と都市部での藍染体験の実施などの意見が出された。

④ 2017年5月23日には徳島経済同友会2017年度総会が開催され、その席上で2017年度は行政・教育機関・他の経済団体と連携して藍を活用した地域振興策に取り組むことなどが決定された。

⑤ 2017年9月16日には徳島市の東新町商店街で、阿波藍をPRするイベントである「とくしま藍サミット2017」が開催され、藍に関するトークイベント、藍染体験、食用藍を使った商品販売が行われた。

⑥ 2019年7月6日には、阿波藍の魅力や将来像を考える「藍国際フォーラム」が四国大学で開催された。藍の海外での活用例や栄養学的視点から見た藍の実用性が報告され、藍のブランド化に向けた様々な提言がなされた。

こうした会議や討論会では総じて阿波藍振興の有効性と必要性が共有されてきたが、今後の課題として、多面的討論を通して提案された阿波藍の振興案をどう収益性を期待できるビジネスとして確立していくのか、その具体的な方向性と戦略を模索できるかという点にある。

### 3.7 多様な活用方法の模索

本稿3.2で言及したように、阿波藍は古くから染料としてだけでなく絵画・医薬・食用の手段として幅広く活用されてきた。こうした活用方法を深化させる取組みが昨今も継続され、阿波藍の多角的な活用方法が検討され続けている。以下では2010年代後半に進められた12の事例を年代順に紹介する<sup>38)</sup>。

① 2015年1月には、阿波藍の食用化を目指した研究を進める四国大学生生活科学部の研究グループが、無農薬栽培の藍葉から作った藍パウダーをラットの餌に混ぜて効用を

調査した結果、藍には体脂肪と血液中の中性脂肪を減少させる効果があることを発見した。そして将来的には藍パウダーの食用化の実現によって、阿波藍が肥満対策や糖尿病予防策として活用できる可能性があることを発表した。

② 先述の大利木材株式会社（徳島県徳島市）では、自社ブランドとして藍染を活用した床や壁材として「凧」シリーズの販売を進め、新商品の製造販売に力を注いでいる。同社では藍染料を独自技術で県産のスギに塗布・定着させることに成功し、2010年から「藍染杉 凧」として商品化している。現時点では徳島県内を中心に公共施設・店舗・一般住宅の内装材に活用され、更なる藍染建材の開発と普及を進めてきた。

③ 1912年に繊維卸店として創業した呉服店である絹や（徳島県徳島市）は、「革は染料に染まりにくい」と言われてきた常識を覆した企業として知られる。従来は女性向けの藍染製品が多かったなかで、同社では男性でも日常的に使用できる藍染商品の開発を進めてきた。そして2年以上をかけた実験と試作の結果、阿波藍で染めた革製品の開発に成功し、2010年より販売を開始した。同社が扱う藍染の革製品には、財布、ペンケース、キーホルダーなど、男性需要を見込んだ商品が数多く見られる。また同社では、染色済みの革を素材として販売することも計画している。なお絹やは、ヨーロッパのデザイナーによる商品開発で現地市場の開拓を狙う「ネクストマーケットイン事業」（中小企業基盤整備機構が主催）に2014年と2015年の2年連続で選出された。2015年2月にはドイツで開催された見本市「アンビエンテ」に出品し、現地企業からの大量注文の取り付けに成功した。なお、2016年1月にはフランスのパリで開催される「メゾン・エ・オブジェ」に出品するため、自社開発した藍染の皮革を使った商品開発に尽力した。

④ 企業コンサルティングなどを手掛けるレス・イズ・デザイン（徳島県阿南市）と本藍染矢野工場（徳島県板野郡藍住町）の染色職人二名は、日常生活への藍染の取入れを促すために、藍染を使った日用品を共同で開発するプロジェクト「インディゴ・レーベル」に乗り出しており、その第一弾として藍で染色した木製のスツール（背もたれのない椅子）を製造した。今後は藍染のマグカップや折り畳み式テーブルなどを順次発売していくという。

⑤ 藍染に関する新ブランドを確立する動きとして、徳島県海部郡海陽町で機能性肌着の製造販売を手掛ける株式会社トータスは、2015年に流行に敏感な都市部の女性をターゲットにした藍染ブランド「WANASA」を立ち上げた。従来の藍染商品には中高年を対象にしたものが多いが、トータスでは若年女性の需要を掘り起こすために、化学

物質を一切使わない無農薬栽培の藍を使用した部屋着などの販売を開始している。

⑥ 2016年1月には、阿波のブランド豚である「金時豚」を生産する「納田牧場」（徳島県上板町瀬部）と菜生産を行う「BUAISOU. 製藍所」が、阿波藍を養豚に活用する循環型農業を目指す試みを合同で開始した。消臭効果があるとされる藍を豚舎の寝床に使用した後、それを堆肥にして阿波藍の育成に活かす方法を模索する。

⑦ 食用藍の栽培に取り組む農業生産法人カネイファーム（徳島県板野郡藍住町）は、2016年1月下旬より食用藍のフルコース料理を提供するレストランをオープンさせた。食用藍には生活習慣病予防に効果があるとされることや、藍で栄えた藍住町のアピールに繋がることから、町外からの観光客を呼び込む手段として期待されている。

⑧ 2016年4月にはスポーツ用品メーカーのプーマジャパンが、徳島の藍染と阿波しじら織を活用したスニーカー「プーマステイツインディゴ」を発売した。日本製の本革スニーカーを県内の職人が手作業で染め上げた商品であり、東京・大阪などの一部の地域で販売された。

⑨ 2016年10月には、仏壇の製造販売を行うカナクラ（香川県高松市）が阿波藍を使用した藍染の市松模様をデザインした仏壇を2017年春季に発売することを発表した。同社は2015年に発売した藍染の念珠が売行好調だったことから、藍染の仏壇の商品化に踏み切った。

⑩ 2017年4月には、藍関連の化粧品や生活雑貨の製造販売会社である「藍色工房」（香川県三木町）が吉野川市の自社農園で栽培した藍を活用した白髪染めを開発し、秋季の販売を目指した。

⑪ 2017年10月、充填機メーカーの四国化学機（北島町）が自社の製造技術だけでなく徳島文化の発信手段として、徳島県の阿波藍 PR 用ロゴマークをデザインした紙コップを製造した。

⑫ 2019年7月、「栄光カーペット」（つるぎ町貞光）が藍で染めた綿糸を100%使ったチェアマットと玄関マットを製造した。

以上、12の事例を紹介した。阿波藍の活用方法としては、「阿波藍それ自体を消費する方法」と「阿波藍を他商品の付加価値を高める手段として活用する方法」の二方向が考えられるが、本稿で挙げた12の事例は後者である。また販売対象が徳島県内外を問わないのも特徴である。しかしこれらの提案された商品群は高品質で希少性が高いため高価格化する傾向がある。この点に関して川人（2010b）によると、旧来から存在する阿波藍で染色した製品や、着物や帯などの和装関連の製品も重要であるが、今後これら

だけで製造規模を拡大することは困難であることから、和装以外の商品開発も進んでいる。特に藍染作家や藍染工房では、暖簾・タペストリー・テーブルクロス・寝具等のインテリア製品や、スカーフ・ストール・ハンカチなどの衣料製品のように、着物以外のさまざまな製品が製作されている。これらほとんどの製品は一点物に近い超多品種超小ロットで製造されているという<sup>39)</sup>。したがって現時点では、一般の生活者が安価で手軽に阿波藍（もしくは阿波藍が付された商品群）を購入し日常的に利用することは困難である。この一因として、商品の付加価値を上げるための高品質な阿波藍を工業的に大量生産できないという根本的課題が挙げられる。この点については本稿4で考察する。

#### 4 阿波藍産業が抱える現代的課題

本稿2.1の通り、阿波藍は2000年代と2010年代には生産量、戸数、栽培面積が大きく減少することになった。その背景として、2000年代中盤以降に発生した外的な社会経済要因（日本経済全体の不況の問題、着物需要の低迷という需要面での問題、近畿地方の有力取引先の倒産、リーマンショックの発生による世界経済の低迷）を無視できない。しかしそれ以上に重要なのは、阿波藍産業が抱える内的構造的要因であり、これらを改善できない限り阿波藍の本格的振興を進めることは今後も難しい。本章では阿波藍産業が抱える構造的課題として、製造技術の伝承の困難性、阿波藍製造の担い手の高齢化、若年後継者の不足、大量生産の困難性、阿波藍需要の低迷、以上5点を取り上げ考察する。

第1に、阿波藍の製造技術の伝承が困難なことである。阿波藍の製造は年間を通しておおそ決められた手順に沿って行われる。藍の栽培については基本的に、「種蒔き（3月中旬）→定植（5月上旬）→藍刈り（6月～8月）→藍こなし」の順で行われ、9月上旬から藍の染料作り（「菜作り→藍玉搗き」）が行われる。しかしその過程では、長期間にわたる藍職人のきめ細やかな管理と統制が必要とされる。また阿波藍の生産方法にはマニュアルが存在しない。したがって生産工程の標準化・画一化・機械化は今日でも事実上不可能である。そのことが阿波藍の工業的な大量生産をより困難にしている。生産者にとっては緊張感を伴った製造作業が約一年間、絶え間なく継続されるため、生産者自身の体力と健康の維持管理も要求される。また農作業である以上、天候の変動も阿波藍の生産量や品質を左右する。したがって高品質な阿波藍を継続して製造販売するには、上記を全てカバーできる高度で緻密な製造技術と管理技術が要求される。こうした

技術を生産者が体得するには、何年（ないしは何十年）にも渡って阿波藍の製造に関与し、日々の製造活動を通じた直接的経験のなかで体得していくしかない。とは言え、阿波藍の製造技術の習得は短期間で完結できるものでは決してなく、長期間にわたる経験と地道な訓練が要求される。

第2に、生産者の高齢化が進行していることである。先述の通り、藍作には年間を通して健康的な体力（身体）と気力（精神）が要求される。しかしその生産者の高齢化が阿波藍産業で全体的に進行している。高齢化による体力と気力の衰えは、結果として阿波藍生産の継続した生産活動を困難にしている。

第3に、将来の阿波藍製造を担う若年の後継者が十分に育成されていないことである。日本の多くの伝統産業が直面する課題のひとつが後継者不足の問題であり、阿波藍産業もその例に漏れない。2020年時点で徳島県内には阿波藍を製造する藍師の家は僅かに五軒しか存在しない。具体的には佐藤家（板野郡上板郡）、新居家（板野郡上板郡）、外山家（名西郡石井町）、吉田家（徳島市応神町）、武知家（名西郡石井町）のみであり、これら五軒の藍師の家では阿波藍の製造販売を自ら手掛けている<sup>40</sup>。最近では趣味の一環として阿波藍（特に藍染）を楽しみ、阿波藍に関連する商品を購入する生活者も徐々に現れるようになったが、職業として阿波藍製造に直接的に関与することを希望する人材（特に若年層）は極めて少ない。そのため阿波藍産業における若年後継者が決定的に不足している。その主因には上述の「第1」要因が大きく作用している。加えて日本社会の人口減少（特に若年層の減少傾向）は今後ますますこの傾向に拍車をかけることが予想される。この若年層の後継者不足は、今後も継続した阿波藍の保存と振興を推進するうえで無視できない喫緊の課題である。

第4に、阿波藍を工業的手法で大量生産することが困難なことである。阿波藍の購買（消費）行動を活発化させることは阿波藍の生産活動の活発化に繋がる。したがって市場での購買行動を促進するためには、阿波藍関連の商品が大量に市場投入される必要がある。つまり阿波藍関連の商品が大量生産されることは、消費行動を促進する上で重要な前提となる。しかし現状では先述の通り、阿波藍の製造技術の伝承が困難なこと、生産者の高齢化が進行する一方でそれをカバーできる若年の後継者が十分に育成されていないことから、阿波藍を工業的手法で大量生産し安価に販売していくことすらも極めて困難な状況である。加えて阿波藍生産では、一般的な染色工業で培われた染色技術を活用することが困難と言われる。阿波藍による染色は必然的に阿波藍に特化した生産者による手作業に依存せざるを得ず、そのこともまた阿波藍関連の商品の大量生産を抑制し

ている。この点は阿波藍産業の振興（巨大産業としての再興）を困難にしている根本要因であるが、現時点ではこれの明確な改善手段は確立されておらず、産業規模の縮小と衰退を進行させている。

第5に、生活者による阿波藍の日常的消費が抑制されていることである。2010年代には阿波藍を活用した関連商品が次々に販売されたが、阿波藍自体の生産量が劇的に少量なうえ、藍師に過重労働を強いている。それ故に阿波藍は希少性が高く、阿波藍関連の商品は総体的に高額化する傾向にある。そのことが阿波藍を徳島県の有力な特産品や観光資源として位置づけている点を否めないが、生活者にとって阿波藍は高級で高価なブランド品というイメージが強く、日常的に手軽に購入できるものではなくなっている。阿波藍を活用した代表的商品と言えば着物であるが、その着物でさえ昨今の日常生活で活用されることはほとんどない。また阿波藍を活用した新商品の開発が十分に進んでいないことも、消費者の日常的消費を抑制する一因となっている。

本章のここまでの考察から、阿波藍（もしくは阿波藍産業）の振興には、生産面（大量生産の実現に伴う低価格化、生産方法の機械化・標準化の実現、後継者の人材獲得と育成など）と、消費面（阿波藍生産への関与、情報の獲得機会の拡大、商品としての阿波藍の購入、阿波藍に関する学習機会の提供、イベントへの参加など）の双方の活性化が必要であることが窺える。しかし本稿での考察から、前者に尽力することは阿波藍の商品特性を考慮すると非常に難しいと言わざるを得ず、現状における阿波藍の振興は消費面に注目した後者が主に展開されている。したがって、本章で指摘した阿波藍に関する諸課題を改善していく一手段として、まずは阿波藍の消費促進が重要となる。つまり阿波藍の振興には、生活者が日常生活の中で可能な限り阿波藍に触れて購入し活用するという積極的な消費行動が求められる。この点に関して川人（2011）は、阿波藍を未来へ永く伝承していくためには、質の高い阿波藍の製造、時代に適合したデザインの提案、手仕事による丁寧な製造、日常生活での阿波藍の活用が重要であると述べ、このことが未来にわたって阿波藍の伝統を受け継いでいくことになると強調する<sup>41)</sup>。

## おわりに

本稿では戦後の日本現代史における阿波藍の振興に向けた取組みに注目し、本稿1では阿波藍の保存と存続に向けた諸活動が展開された戦後から1970年代までの動向と背景、本稿2では阿波藍の振興（再活性化）に向けた本格的活動が展開された1980年代



から2010年代までの動向と背景、本稿3では阿波藍の消費行動の促進に向けた2010年代の具体的実践、本稿4では阿波藍産業の振興を抑制する現代的課題について考察した。

本稿全体の考察から提案できる阿波藍の振興策として、①阿波藍製造の工業化と大量化に向けた技術的・制度的構築、②①を前提とした安価で高品質な阿波藍の生産方法の確立、③阿波藍を活用した多種多様な商品開発の推進、④徳島県内外（もしくは海外）からの若年労働者の確保と継続的教育システムの構築、⑤学校教育・各種施設・観光などを通じた阿波藍に関する情報発信、もしくは教育活動の深化、⑥生産者が阿波藍に直接接できる機会や空間の創出、これらが考えられる。しかし阿波藍産業の衰退は20世紀初頭から進行してきた現象であり、上記6項目を容易に実行できない状況にあることも認識する必要がある。

今後、根本的に阿波藍を捉え直す必要があるのかもしれない。本稿2や本稿3に限らず昨今の徳島県では阿波藍振興の必要性が強調されるが、これらの諸活動では「阿波藍ブランドをどう位置づけ、どの程度まで振興させるのか」という全体的目標やビジョンが不明確な点で共通する。まずは阿波藍産業に関与する生活者（例えば生産者、販売者、行政関係者）間で、阿波藍の将来像や産業ビジョンの明確化と統一化が必要ではないだろうか。また阿波藍振興を単に阿波藍産業に限定して検討するのではなく、「徳島県全体の地域振興策のなかで、阿波藍をどのように捉え位置づけていくのか」というマクロ的視点も忘れてはならない。

なお、本稿で挙げた阿波藍の現状・課題・対策は日本の伝統産業全体にも共通するだろうが、本稿では他の伝統工芸との比較検討が欠落している。阿波藍の存在意義や学術的意義の明確化に向けて、今後は伝統産業間の比較研究が不可欠である。

#### 注

- 1) 本稿で言う「阿波藍」とは、阿波地域で製造販売された染料としての藍全般のことを指すものとする。したがって各藍商が製造販売した個々の阿波藍の違いには注目しない。
- 2) 石井町史編纂会（1991）317ページ。
- 3) 泉（1991）276ページ。
- 4) 泉（1991）276ページ。
- 5) 以下で取り上げる徳島県阿波あい生産振興部会・徳島県藍染研究会・阿波藍製造技術保存会の活動内容については、川人（2010）48-50ページを参照し要約したものである。
- 6) 本稿でいう「生活者」は、消費主体である「消費者」だけでなく、商品の生産主体であ

る「生産者」、さらには特定商品の生産と消費に直接関与しない「第三者」も包含する概念として使用する。

- 7) 川人 (2010) 17 ページ。
- 8) 栽培面積と乾葉の生産数量に関する数値は、泉 (1991) 276 ページに掲載された図表「最近の藍作状況」より引用した。
- 9) 川人 (2010) 48 ページ。
- 10) 徳島ペンクラブ編 (2010 a) 107 ページ。
- 11) 三好 (1999) 13 ページ。
- 12) 川人 (2010) 17 ページ。
- 13) なお、1967年には137戸、1985年には86戸であった (川人 (2010) 23 ページ)。
- 14) 「阿波藍ピンチ 栽培農家も激減 染料 (すくも) の生産量が半減」『徳島新聞』(2012年6月2日号)。なおここで述べた「背景」は同記事を筆者なりに編集し列举した。
- 15) 徳島県の公式観光情報サイト「阿波ナビ」(<http://www.awanavi.jp/>) の中の「藍染め」の項目を参照した。
- 16) 「徳島県立農林水産総合技術支援センター」公式ホームページ (2021年4月9日最終閲覧)。
- 17) 川人 (2010) 40 ページ。
- 18) 阿波しじら織りに関する詳細は川人 (2006) を参照されたい。
- 19) 「徳島県伝統的特産品」とは、主に日常生活に使用され、約50年以上の長期にわたり伝統的な技術と材料を用いて製造されると認められた徳島県の地場産品のことを指す。
- 20) ここで挙げた商品一覧は、「本藍染矢野工場」公式ホームページ (<http://yanokozyo.com/>) の「オンライン通販」の項目を参照した (2021年4月9日最終参照)。
- 21) ここで挙げた商品一覧は、「藍染工芸館」公式ホームページ (<http://www.awaai.com/index.php>) の「ネットショップ」の項目を参照した (2021年4月9日最終閲覧)。
- 22) 川人 (2010) 41-42 ページ。
- 23) 「藍住町歴史観 藍の館」ホームページ (<http://www.town.aizumi.tokushima.jp/kanko/ainoyakata/index.html>) (2021年4月9日最終閲覧)。
- 24) 川人 (2010) 48-53 ページ。
- 25) 「技の館」の詳細は、「上板町観光物産協会」公式ホームページ (<http://www.townkamiita.jp/kanko-bussan/>) を参照されたい。
- 26) 「阿波藍×未来形プロジェクト」公式ホームページの「コンセプト」を参照した (2021年4月9日最終閲覧)。
- 27) 新居 (2018)。
- 28) 「社説 とくしま藍の日 古里をその色に染めたい」『徳島新聞』2017年7月24日号 (朝刊)。

- 29) 坂田・巽 (2016)。
- 30) 矢田 (2016 a)。
- 31) 三好 (1999) 12 ページ。
- 32) 2000 年代初めにおける藍の医学的研究の一端は、松田 (2002) を参照されたい。
- 33) 上田 (1975) 64-65 ページ。
- 34) 以下①～⑨の事例は、①は笠井 (2015)、②は川辺 (2015 a)、③は山口 (2015)、④は植田 (2017)、⑤は笠井 (2017)、⑥は大塚 (2017 a)、⑦は高田 (2017)、⑧は楠 (2018)、⑨は千里 (2018) を参照した。
- 35) ①～④の事例は、①は尾野 (2015)、②は中野 (2015)、③は「藍染作品涼やか 藍染 2カ所展示会」『徳島新聞』2015 年 8 月 12 日号 (朝刊)、④は阿部 (2017) を参照した。
- 36) ①～⑭の事例は、①は湯浅 (2016 a)、②は湯浅 (2016 b)、③は青木 (2016)、④は矢田 (2016 b)、⑤は青木 (2017)、⑥は青木 (2018)、⑦は藤 嶋 (2018)、⑧は巽 (2014) (2015 a)、⑨は乾 (2016)、⑩は大塚 (2016 a) (2016 b)、⑪は木下 (2017)、⑫は大塚 (2017 b)、⑬は大塚 (2018) を参照した。
- 37) ①～⑥の事例は、①は乾 (2014)、②は三浦 (2016)、④は河野 (2017)、⑤は岡山 (2017)、⑥は阿部 (2019) を参照した。
- 38) ①～⑫の事例は、①は矢田 (2015)、②は湊 (2015)、③は乾 (2015 a) および乾 (2015 c)、④は乾 (2015 b)、⑤は乾 (2015 d)、⑥は巽 (2016)、⑦は巽 (2015 b)、⑧湯浅 (2016 c)、⑨は宮本 (2016)、⑩は「吉野川市で栽培 藍使い白髪染め」『徳島新聞』2017 年 4 月 7 日号 (朝刊)、⑪は大塚 (2017 c)、⑫は木村 (2019) を参照した。
- 39) 川人 (2010) 43 ページ。
- 40) 現存する藍師の家 5 軒についての概要は、川人 (2010) 30-35 ページに詳しい。
- 41) 川人 (2011) 69 ページ。

#### 【参考文献】

- 青木忍 (2016) 「自作の藍染衣装でポーズ 藍住町、初のファッションショー」『徳島新聞』2016 年 12 月 5 日号 (朝刊)。
- 青木寛倫 (2017) 「阿波藍の魅力 動画配信」『徳島新聞』2017 年 4 月 18 日号 (朝刊)。
- (2018) 「LED・藍染の紹介拡充 県、新宿の展示場一新」『徳島新聞』2018 年 5 月 9 日号 (朝刊)。
- 阿部研一 (2017) 「徳島の伝統文化 堪能」『徳島新聞』2018 年 4 月 23 日号 (朝刊)。
- (2019) 「藍のブランド化探る 四国大国際フォーラムに 240 人」『徳島新聞』2019 年 7 月 7 日号 (朝刊)。
- 天野雅敏 (1986) 『阿波藍経済史研究－近代移行期の産業と経済発展』吉川弘文館。
- 新居和人 (2018) 「県内藍生産 回復基調－栽培面積・戸数とも増」『徳島新聞』2018 年 7 月 23 日号 (朝刊)。
- 石井町史編纂会編 (1991) 『石井町史 上巻』きょうへい。

- 泉康弘 (1991) 『藍の豪商－経営戦略と盛衰』 徳島新聞社。
- 乾栄里子 (2014) 「藍の活用法 意見交わす 県庁 PT, 企業と会合」『徳島新聞』 2014年12月20日号 (朝刊)。
- (2015 a) 「四国つくる伝統5 藍染 新技術で革製品開発」『徳島新聞』 2015年3月19日号 (朝刊)。
- (2015 b) 「藍染の日用品 商品化 コンサルと染色職人が協働」『徳島新聞』 2015年4月18日号 (朝刊)。
- (2015 c) 「仏のデザイナーと商品開発 絹や, 欧州で販路拡大へ」『徳島新聞』 2015年6月19日号 (朝刊)。
- (2015 d) 「藍染衣料で新ブランド 肌着製造販売のトータス (海陽)」『徳島新聞』 2015年8月7日号 (朝刊)。
- (2016) 「阿波藍 欧州で PR ミラノ万博で手応え」『徳島新聞』 2016年1月22日号 (朝刊)。
- 植田充輝 (2017) 「県都中心に藍ロードを 藍の日制定を記念」『徳島新聞』 2017年7月24日号 (朝刊)。
- 大塚康代 (2016 a) 「シンガポールに藍染建材を輸出 あすから大利木材」『徳島新聞』 2016年9月28日号 (朝刊)。
- (2016 b) 「シンガポールに藍染建材 PR 店 大利木材の商品販売」『徳島新聞』 2016年11月30日号 (朝刊)。
- (2017 a) 「旧交番から阿波藍発信 NPO 徳島市にショールーム」『徳島新聞』 2017年8月8日号 (朝刊)。
- (2017 b) 「藍染ムスリムの発信 NY ショーに作品出店へ」『徳島新聞』 2017年8月2日号 (朝刊)。
- (2017 c) 「紙コップで阿波藍発信」『徳島新聞』 2017年10月12日号 (朝刊)。
- (2018) 「藍製品の海外展開強化 大利木材 (徳島市)」『徳島新聞』 2018年12月14日号 (朝刊)。
- 岡山愛子 (2017) 「阿波藍の魅力 PR 徳島市で『サミット』」『徳島新聞』 2017年9月17日号 (朝刊)。
- 尾野益大 (2015) 「藍と葉のめぐりあい 阿波の妙薬 歴史紹介」『徳島新聞』 2015年4月9日号 (朝刊)。
- 笠井理 (2017) 「藍を食べ物に 目指せ商品化－県内産官学の研究活動始動」『徳島新聞』 2017年8月23日号 (朝刊)。
- 笠井秀彰 (2015) 「藍の魅力 全国に発信 城西高生が『種』無料配布」『徳島新聞』 2015年2月1日号 (朝刊)。
- 鍛冶博之 (2016 a) 「近世徳島における阿波藍の普及と影響」『社会科学』 (同志社大学人文科学研究会) 第45巻第4号 (通巻109号), 2016年2月。
- (2016 b) 「近代徳島における阿波藍の盛衰」溝口隆一編著『ニーチェ+』ふくろう

出版, 第1章。

湊健治 (2015) 「藍染建材に新商品 伝統の表面加工で美を強調 大和木材」『徳島新聞』2015年3月11日号 (朝刊)。

川人美洋子 (2010) 『阿波藍』文化県立とくしま推進会議。

———— (2011) 「阿波藍」徳島市編『とくしまの自慢本 あわいろ』株式会社ベーシック。

川辺健太 (2015 a) 「城西・徳島科技・徳島商が連携 6次産業化へ取り組み」『徳島新聞』2015年8月17日号 (朝刊)。

———— (2015 b) 「戸田家住宅 (上板) 重文に 阿波藍の繁栄伝える」『徳島新聞』2015年10月17日号 (朝刊)。

木下真寿美 (2017) 「藍葉ネパールの地に 海陽産の種 栽培成功」『徳島新聞』2017年11月21日号 (朝刊)。

木村直哉 (2019) 「藍染の綿糸で独自製品 阿波藍 PR ヘマット2種」『徳島新聞』2019年7月11日号 (朝刊)。

楠和博 (2018) 「高品質な藍乾燥葉 生産 阿南の障害者支援施設」『徳島新聞』2018年10月17日号 (朝刊)。

河野大樹 (2017) 「地域振興へ藍活用 徳島経済同友会17年度総会」『徳島新聞』2017年5月24日号 (朝刊)。

坂田佑耶・巽佑策 (2016) 「藍色使用 歓喜の声 県内阿波藍発進の好機」『徳島新聞』2016年4月26日号 (朝刊)。

千里達彦 (2018) 「藍の名産地 復活目指すー藍住町が地域おこし隊募集」『徳島新聞』2018年5月5日号 (朝刊)。

高田麻衣 (2017) 「『阿波藍』をブランド化 藍師や行政が連携」『徳島新聞』2017年10月6日号 (朝刊)。

巽佑策 (2014) 「藍 栽培から製造販売まで 来年4月新会社」『徳島新聞』2014年12月27日号 (朝刊)。

———— (2015 a) 「上板で藍と共に生きる 元地域おこし協力隊員ら 合同会社2社を設立」『徳島新聞』2015年5月26日号 (朝刊)。

———— (2015 b) 「藍の魅力 食事で PR」『徳島新聞』2015年12月27日号 (朝刊)。

———— (2015 c) 「明治の蔵屋敷 上板の宝」『徳島新聞』2015年10月17日号 (朝刊)。

———— (2016) 「藍活用し循環型農業 上板の養豚家と菜生産会社」『徳島新聞』2016年1月24日号 (朝刊)。

徳島ペンクラブ編 (2010 a) 『阿波藍を尋ねて』(徳島ペンクラブ選集 別冊) 徳島県教育印刷, 2010年10月。

———— (2010 b) 『徳島ペンクラブ選集 PART 28』(「特集/阿波藍の魅力を探る」 徳島県教育印刷, 2010年12月)。

中野由梨 (2015) 「藍染衣装で気分はモデル 徳島市木工会館 園児がショー」『徳島新聞』2015年5月15日号 (朝刊)。

- 藤島慶祐 (2018) 「阿波藍ルームが完成 『ジャパンプルー』 魅力ぎっしり」『徳島新聞』2018年10月4日号 (朝刊)。
- 三浦麻衣 (2016) 「藍活用した事業考える 徳島市でフォーラム」『徳島新聞』2016年5月15日号 (朝刊)。
- 宮本真 (2016) 「カナクラ 藍染の仏壇 商品化」『徳島新聞』2016年10月28日号 (朝刊)。
- 三好昭一郎 (1999) 「阿波藍」財団法人とくしま地域政策研究所編『吉野川事典－自然・歴史・文化』社団法人農山漁村文化協会。
- 矢田諭史 (2015) 「阿波藍 食用化目指す－体脂肪減らす効果 ラットで確認」『徳島新聞』2015年1月30日号 (朝刊)。
- (2016 a) 「東京五輪に向け県、阿波藍 PR」『徳島新聞』2016年9月22日号 (朝刊)。
- (2016 b) 「阿波藍を観光客らに PR 徳島駅飾り付け」『徳島新聞』2016年12月15日号 (朝刊)。
- 山口和也 (2015) 「藍栽培振興の一翼を 利用者の自立支援も」『徳島新聞』2015年4月6日号 (朝刊)。
- 湯浅翔子 (2016 a) 「藍の商品開発を支援 ものづくり企業 サイト開設 技術紹介」『徳島新聞』2016年2月9日号 (朝刊)。
- (2016 b) 「藍染など青の美 PR 県内事業者らが参加」『徳島新聞』2016年4月9日号 (朝刊)。
- (2016 c) 「藍染のスニーカー プーマ発売」『徳島新聞』2016年4月16日号 (朝刊)。
- 吉原均 (2009) 「普及の現場から 阿波藍の現状と課題－ジャパンプルーの復活を目指して」『The Crop Science Society of Japan』第46号。
- 「藍染工芸館」公式ホームページ (<http://awaai.jp/>) (2021年4月9日最終閲覧)。
- 「阿波藍×未来形プロジェクト」公式ホームページ (<http://awa-ai-saiko.com/>) (2021年4月9日最終閲覧)。
- 「藍住町歴史館 藍の館」公式ホームページ (<http://www.town.aizumi.tokushima.jp/kanko/ainoyakata/index.html>) (2021年4月9日最終閲覧)。
- 「徳島県観光情報サイト 阿波ナビ」公式ホームページ (<http://www.awanavi.jp/>) (2021年4月9日最終閲覧)。
- 「徳島県立農林水産総合技術支援センター」公式ホームページ (<http://www.pref.tokushima.jp/>) (2021年4月9日最終閲覧)。
- 「本藍染矢野工場」公式ホームページ (<http://yanokozyo.com/>) (2021年4月9日最終閲覧)。