

國立屏東科技大學客家文化產業研究所

碩士學位論文

藍染傳統工藝的創新經營：以臺灣三義、日本
德島兩地為例

Blue-stained Traditional Management of
Innovative Operations: Take Taiwan Sanyi and
Japan's Tokushima for Example

指導教授：曾純純 教授

研究生：江美玲

中華民國 107 年 7 月 16 日

本論文獲客家委員會 107 年度客家研究
優良博碩士論文獎助

摘要

論文名稱：藍染傳統工藝的創新經營：以臺灣三義、日本德島兩地為例

總頁數：149

學校名稱：國立屏東科技大學

系別：客家文化產業研究所

畢業時間及摘要別：106 學年度第 2 學期碩士學位論文摘要

研究生：江美玲

指導教授：曾純純教授

論文摘要：

「藍衫」是客家的傳統服飾，色彩簡單樸素、方便實用、耐穿耐髒，是客家勤儉樸實的象徵；藍草是客家先民渡海來臺早期主要的經濟作物之一；藍靛染料更是臺灣早期重要的產業，曾有「藍金作物」之稱；藍染技藝是先民智慧的結晶，是臺灣百年的傳統工藝；藍染產業是屬於地方性的特色產業，為行銷客庄的文創產業及在地特色，近年來客家委員會推廣客家藍染工藝不遺餘力。

傳統工藝由於製程耗工費時，成本高產量少，因不敷經濟效益，因此已漸漸被機器量化生產所取代而式微沒落。藍染傳統工藝更因受到歐洲化學染料進口之影響，消失了近百年，直至 1994 年在臺灣工藝研究所致力復原下，才讓藍染工藝再度復甦以及帶動藍染工坊成立的風潮。另外日本德島以生產優質的「阿波藍」稱霸日本全國，雖也曾歷經印度染料及歐洲化學合成染料進口的衝擊，造成阿波藍染料產量大幅的銳減，但因日本向來是以保存傳統文化聞名之國家，在政府與團體保護及集體認同感，讓阿波藍從百年傳統工藝變成「指定無形文化財」，非常值得臺灣借鑑。

本研究針對藍染傳統工藝產業在現今全球化產業競爭趨勢下，業者如何透過創新經營來創造企業本身的價值與永續經營的基礎，透過田野調查及文獻資料之蒐集，探討臺灣與日本之藍染產業發展現況，希望透過個案研究剖析臺日藍染傳統工藝在經營模式、行銷策略以及商品區隔的成功案例，做為國內染工坊、協會社團之借鏡。在全球競爭環境下，藍染傳統工藝的利潤日趨衰退，本研究的三個個案都能夠持續發現自擁優勢並不斷的創新，與競爭者做出區隔方法，產生持續性的競爭優勢，特別是面對消費者需求的多元化，以及文創商品流行之變化迅速，就要不斷地推陳出新，才能保留在市場的地位，進而帶動藍染傳統工藝產業永續經營與發揮文化保存之積極意義。

關鍵詞：藍染、傳統工藝、創新經營、文化保存、文創商品

Abstract

Title of thesis : Blue-stained Traditional Management of Innovative Operations: Take Taiwan Sanyi and Japan's Tokushima for Example.

Total page : 149

Name of Institute : Graduate Institute of Hakka Cultural Industry, National Pingtung University of Science and Technology.

Date of Graduation : July, 2018

Degree Conferred : Master

Name of student : Mei-Ling Chiang

Adviser : Chun-Chun Cheng

Abstract :

"Blue Shirt" is Hakka's traditional clothing. Its simple colors, convenient and practical design, dirt-repellent materials are the symbols of Hakka diligence. Blue Grass is one of the earliest major cash crops for Hakka people, during the time when their ancestors went across the Taiwan Straits. Taiwan's early important industries were once known as "blue gold crops", and blue dyeing techniques are the manifestation of ancestors' wisdom; they are Taiwan's century-old traditional craftsmanship. The blue-dyeing industry is characteristic of local industry; it is a cultural and creative industry that is representative of Hakka culture. Because the blue-dyeing technique represents a local culture, the Hakka Committee has spared no effort in promoting the Hakka blue-dyeing craftsmanship in recent years.

The traditional process of making blue-dyeing is both time-consuming and labor-intensive, whereas the cost is high and the output is small. Because it is not economical, it has gradually been replaced by mass production of the machine. Besides, the traditional blue-dyeing has been affected by the import of European chemical dyes and disappeared for nearly a hundred years. With the effort of Taiwan Craft Research Institute in 1994, the blue-dyeing

technique revived and workshops were commonly established. In contrast, Japan's Tokushima excels in producing high-quality "Apo Blue". Although Indian dyes and European chemical synthetic dyes have also had an impact on them, which resulted in the sharp decrease of Apollo dyes, the Japanese have always made efforts to preserve traditional culture. As a country well-known for protecting their own cultural identity, the Japanese government has changed Apollo dyes from a century-old traditional craftsmanship to a "designated intangible cultural wealth", which is worthy of Taiwan's reference.

This research aims at studying the blue-dyeing traditional craft industry in the context of current global industry competition--how to create the value of the enterprise itself and a sustainable industry through innovative management. Through field work and literature review, Exploring the development of blue dyeing industry in Taiwan and Japan, I hope to analyze the successful cases in terms of their business model, marketing strategy and market segmentation of Taiwanese blue-dyeing traditional crafts, as a successful example for domestic dyeing workshops and associations. In the global competitive environment, the profits of traditional blue-dyeing crafts are declining. However, the three cases in this study continue to find their self-supporting advantages and continuous innovation, and thus create a sustainable competitive advantage over competitors, especially in the face of the diversification of consumer demand and the rapid changes in the popularity of cultural and creative goods. It is necessary to constantly introduce new products in order to retain its position in the market, and then encourage the sustainable development of the blue-dyeing traditional craft industry and the positive significance of cultural preservation.

Keywords : Blue Dyeing, Traditional Craftsmanship, Innovative

Management, Cultural Preservation, Cultural & Creative Goods

謝 誌

由於天性對手工藝的熱愛，所以對藍染傳統工藝產業之研究格外產生興趣。原抱持著身為客家子弟對於客家歷史、文化、工藝以及產業理應深入瞭解而報考客研所，但在求學期間，由於工作壓力、家庭忙碌又需兼顧課業之下，身體出現了微恙，在力不從心又難以取捨之下，於今年初決定放棄學業，專心於工作、家庭以及調理身體，但由於受到指導老師曾純純教授不斷地關懷與鼓勵，才讓我重新點燃信心，自我慢慢調整生活步調，靜下心一步步將論文完成。

感謝指導老師曾純純教授在論文寫作上，細心的教導以及三義、日本田野調查耐心之陪同，才能讓內容更加充實完善；感謝客研所李梁淑所長以及全體老師，諄諄教誨，讓我於求學過程中獲益良多；感謝葉晉嘉教授、謝政道教授願意撥冗擔任學生之口試委員，由於委員不吝賜教及斧正，讓論文內容方得更加嚴謹詳實；感謝朱真鶯老師、劉美鈴總幹事、卓銘榜先生、鄭美淑老師、林木影老師，以及日本新居修藍師、楮覺郎先生、西本京子小姐，願意參與我的研究且提供許多寶貴的資料；感謝日本Shirley さん協助日文文獻的翻譯與校正；感謝佑璟、明祥、聯棟同學，常在我茫然或倦怠中，不時給予關心及加油打氣。

最後要感謝一直在背後默默支持我的先生，他不只於精神上之支持鼓勵、國內田調的陪同、日本行程及住宿之安排以及平日家務等諸多事宜之代勞及協助，讓我無後顧之憂全力投入於論文之寫作。要感謝的人實在太多，在此謹向所有教導、幫助、關心、鼓勵我的師長、受訪者、同學、朋友及家人獻上最誠摯的謝意。

江美玲 謹致

屏東 2018.07

目 錄

摘 要	I
ABSTRACT.....	III
謝 誌	V
目 錄	VI
圖表目錄	VIII
第一章 緒論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 研究範圍與限制	3
第三節 文獻探討	8
第四節 研究方法與流程	16
第二章 藍染在臺日兩地的發展	24
第一節 臺灣與日本傳統工藝與文化	24
第二節 臺灣與日本藍染的起源與發展	26
第三節 臺灣與日本藍染的藍靛調製	31
第四節 臺灣與日本藍染的染色技藝	43
第三章 臺日藍染傳統工藝產業發展現況之探討	49
第一節 臺灣藍染傳統工藝產業發展之現況	49
第二節 日本藍染傳統工藝產業發展之現況	57

第三節 臺日藍染傳統工藝產業之振興團體	66
第四章 個案探討與分析	72
第一節 產銷一條龍：臺灣三義卓也藍染	72
第二節 媒體新寵兒：日本德島 BUAISOU	76
第三節 異材質結合：日本德島舞工房	78
第四節 個案分析	81
第五章 結論與建議	86
第一節 結論	86
第二節 建議	90
第三節 後續研究建議	93
參考文獻	94
附錄一 藍染產業調查表	99
附錄二 深度訪談逐字稿	100
附錄三 臺日藍染大事紀	117
附錄四 日本阿波藍染料的製造時曆	124
附錄五 臺灣藍染之公私立單位	125
附錄六 日本全國阿波藍染織作家協會會員名錄	129
附錄七 日本田調相關資料	132
作者簡介	136

圖表目錄

表 1-2-1	三義鄉行政區域面積及人口數	4
表 1-2-2	2017 年德島縣面積人口統計數	12
表 1-4-1	受訪者資料表	18
表 1-4-2	業者訪談大綱	20
表 2-3-1	BUAISOU 發酵建藍調法	43
表 4-1-1	藍靛色素分析表	73
表 5-1-1	臺灣與日本藍染產業之比較表	88
圖 1-2-1	苗栗縣三義鄉地圖	4
圖 1-2-2	日本德島縣地圖	12
圖 2-2-1	明治時期德島縣藍商號興盛收錄一覽表	30
圖 2-2-2	德島縣政府組成振興部會	31
圖 2-3-1	沉澱法的製作藍靛過程	32
圖 2-3-2	山藍(大菁)	33

圖 2-3-3	木藍(小菁).....	33
圖 2-3-4	蓼藍.....	34
圖 2-3-5	菘藍.....	34
圖 2-3-6	卓也藍靛.....	36
圖 2-3-7	卓也建藍.....	36
圖 2-3-8	傳統木灰水建藍還原過程.....	36
圖 2-3-9	藍靛製作之化學反應圖.....	37
圖 2-3-10	儀器分析藍靛素步驟圖.....	38
圖 2-3-11	BUAISOU 整地.....	39
圖 2-3-12	BUAISOU 蓼藍苗床.....	39
圖 2-3-13	BUAISOU 蓼藍苗定植.....	40
圖 2-3-14	BUAISOU 碎葉處理.....	40
圖 2-3-15	BUAISOU 翻堆作業.....	41
圖 2-3-16	BUAISOU 菜すくも.....	41
圖 2-3-17	藍之館-手板筒.....	42
圖 2-3-18	藍之館-手板紙.....	42

圖 2-4-1	絞染-朱匠師作品	44
圖 2-4-2	夾染-研究者作品	44
圖 2-4-3	型染-卓也作品	45
圖 2-4-4	蠟染-三峽染工坊作品	45
圖 2-4-5	段染-古庄紀治作品	47
圖 2-4-6	型染-藍之館	47
圖 2-4-7	絞染-BUAISSOU 作品	47
圖 2-4-8	蠟染-古庄紀治作品	47
圖 2-4-9	阿波絨織物染-藍之館	48
圖 2-4-10	友禪染-京友禪作品	48
圖 3-1-1	三峽藍染生活工坊	51
圖 3-1-2	藍染-三峽藍染生活工坊	51
圖 3-1-3	藍染-三峽染工坊作品(一)	53
圖 3-1-4	藍染-三峽染工坊作品(二)	53
圖 3-1-5	卓也山藍植物園區	55
圖 3-1-6	卓也工藝小舖	55

圖 3-1-7	藍染拌手禮-鍾林工作室	56
圖 3-1-8	藍染-鍾林工作室	56
圖 3-2-1	BUAISOU 工房	59
圖 3-2-2	NEW BALANCE 藍染球鞋	59
圖 3-2-3	蓼藍農田-新居製藍所	61
圖 3-2-4	新居製靛会社	61
圖 3-2-5	無形文化財-古庄染工場	62
圖 3-2-6	卓越技能現代名工-古庄紀治	62
圖 3-2-7	舞工房的作品(一)	63
圖 3-2-8	舞工房的作品(二)	63
圖 3-2-9	德島產業分布圖	64
圖 3-2-10	藍布屋	64
圖 3-2-11	長尾織布工場	64
圖 3-2-12	加藤織布工場	65
圖 3-2-13	藍染工藝館	65
圖 3-2-14	藍屋敷	65

圖 3-2-15	古庄紀治染工場	65
圖 3-2-16	岡本織布工場	65
圖 3-2-17	秋工房作品	65
圖 3-3-1	藍之館歷史館	70
圖 3-3-2	百年歷史傳統建築-藍之館	70
圖 3-3-3	阿波藍紙模型-藍之館	70
圖 3-3-4	藍染體驗館-藍之館	70
圖 3-3-5	三木文庫歷史資料	71
圖 3-3-6	三木文庫展示館	71

藍染傳統工藝的創新經營：以臺灣三義、日本 德島兩地為例

第一章 緒論

本章主要說明論文研究之基本理念與方法，共分為四節：第一節研究動機與目的；第二節為研究範圍與對象；第三節文獻探討；第四節研究方法。

第一節 研究動機與目的

身為客家子弟，幼年即隨從父母搬離苗栗故鄉至外地謀生，記憶中只對客家掃墓祭祖較有深刻印象，直到因緣際會有機會到客家委員會轄下之六堆客家文化園區服務，才開始對客家的歷史淵源、文化脈絡以及工藝產業進一步深入瞭解，甚至引發日後對藍染研究之興趣。由於天性崇尚自然以及對手工藝的愛好，看著藍染產業之迭起興衰，心中不由自主燃起一股對藍染工藝產業之關切以及研究之動機。

藍染傳統工藝在受到歐洲化學染料進口之影響，消失了近百年，雖於 1994 年由臺灣工藝研究發展中心致力於藍草的復育、藍染相關技術之復原、人才培訓、專題講座、技術研習、國際研討以及「Nature Indigo」文化季的舉辦，讓「臺灣藍染」傳統工藝產業再度崛起，帶動了各地社區體驗工坊之盛行、社區大學相關課程的開設以及藍染文化節活動之舉辦等，讓藍染的身影展露無遺。但由於純天然染料的製作過程會受到天候、溫度、濕度、時間、材質、手感等多重因素的影響，造成藍靛品質的不確性，以及製程中失敗所造成人工及材料的耗損，加上藍染傳統工藝是以手工製成，過程不但費工耗時，產量又少，相較於化學染製品及機器量化的商品，價格顯為昂貴，較難以普羅大眾，當藍染傳統工藝產業再度崛起後，唯恐一旦過了流行風潮，產業是否會隨之再次消失，是當今許多愛藍人士為之憂心。

由於近年來人們發現化學染料造成環境的污染、生態的破壞以及人體健康的危害

，所以人類開始重視環保，講究天然無毒，追求反璞歸真，提倡「綠色經濟」¹，希望產業不只帶來經濟的繁榮，同時也能兼顧環境保護，愛護地球。由於藍染是來自於天然草本植物，藍草原屬於藥用植物，是中藥的一種，有解毒、解熱與殺菌之效果，因為葉子含有豐富的尿藍母，是一種天然的藍色色素，遇水就會分解，氧化後會變成靛藍，除了被應用於染料之外，也有助於汗水分解，排除人體之汗臭味，甚至因為蚊蟲不喜歡藍草味道，所以穿戴藍染衣物的人是可以避免蚊蟲叮咬，早期先民渡海來臺，大都於山區墾殖，人人身穿藍衫，原因除了藍衫可以耐髒、耐磨、耐穿之外，還可以達到驅蟲避蚊之功效。

由於藍染工藝品是屬於天然、健康、安全之環保用品，希望於國人環保意識提升及觀念改變之下，能為藍染傳統工藝產業之未來發展帶來新的契機。爰此，研究者踏查了臺灣苗栗三義、新北市三峽、高雄美濃，並遠赴日本德島之田野調查，實地瞭解臺日兩地藍染傳統工藝產業目前發展之現況，並以「卓也小屋藍染園區」、「BUAISOU」、「舞工房」三個創新經營成功之個案，作為研究分析，將研究成果提供給政府及相關單位作為未來推行傳統工藝產業施政之參考，以及提供給相關經營藍染之業者，作為參考或學習之標竿，進而促進臺灣藍染工藝產業之永續經營，以及帶動綠色文化經濟之蓬勃發展，讓臺灣的傳統工藝文化得以被國人重視與保存。

基於以上研究動機與背景說明，本研究的目的有下列四點：

- 一、臺、日藍染傳統工藝發展歷史之探討。
- 二、臺、日藍染傳統工藝之藍靛與染色方法之探討。
- 三、臺、日藍染傳統工藝產業發展現況之探討。
- 四、臺、日藍染傳統工藝產業創新經營之探討。

¹ 依據聯合國 2011 年綠色經濟報告的定義，綠色經濟為「在環境資源限制條件下，可提高人類福祉和當代及世代公平，同時顯著降低環境風險與對生態不利影響的經濟」。

第二節 研究範圍與限制

壹、研究範圍與背景

本研究透過苗栗縣三義鄉公所全球資訊網、《三義鄉志》、日本德島縣廳官網及相關文獻，瞭解當地的歷史背景、地理環境、人口結構、風俗習慣、宗教信仰及文化藝術等。

一、臺灣三義地區

(一) 歷史沿革

三義鄉於 1748 年(乾隆 13 年)年劃分區域由彰化縣歸淡水廳管轄。1842 年(道光 22 年)由李藤華等人開庄設置街道，名曰「三叉河庄」，1870 年(同治 9 年)設淡水廳三叉河隘，1875 年(光緒元年)隸屬臺北府新竹縣轄。1885 年(光緒 11 年)臺灣脫離福建省管轄而設省。劉銘傳欽使來臺任首任巡撫，於 1889 年(光緒 15 年)新設轄區，改屬臺灣府苗栗縣三叉河庄。1894 年(光緒 20 年)中日甲午戰爭，清廷戰敗，割讓臺灣、澎湖給日本，日本佔領臺灣後，將本鄉編屬臺灣縣苗栗廳三叉河支廳，1897 年(光緒 23 年)改隸新竹縣，次年又改屬臺中縣，1910 年(明治 43 年)更改為苗栗一堡三叉河支廳，1913 年鯉魚潭改隸三叉庄，1920 年改制廢除支廳，本鄉改屬新竹州苗栗郡三叉庄，分布保甲制度為三叉字、雙草湖字、雙連潭字、拐子湖字、魚藤坪字及鯉魚潭字等六保，由庄役場轄治。1946 年(民國 35 年)改為福建省臺灣行政長官公署新竹縣苗栗區三叉鄉，1950 年(民國 39 年)改為臺灣省苗栗縣三叉鄉，1953 年(民國 42 年)因「叉」字不雅奉准更改為「義」，「苗栗縣三義鄉」名稱沿用至今。

(二) 地理環境

三義鄉位於苗栗縣南端，隔大安溪與臺中縣后里鄉相鄰，東北隔三角山(567 公尺)和銅鑼鄉新隆、興隆兩村毗連，東方挺拔俊秀的關刀山脈是和卓蘭、大湖的天然界線，西側則以名聞遐邇的火炎山脈與苑裡、芎蕉坑、南勢林、福興、通霄相接，北與銅鑼鄉樟樹村竹圍接壤(鄭鈞宇，2009：4)(如圖 1-2-1)。三義鄉位於臺灣氣候的分界上，以大安溪與火炎山為界，將

臺灣南北劃為兩個氣候區，北部為副熱帶季風氣候，南部為熱帶季風氣候，因此氣候複雜多變，三義人常說：「南邊太陽北邊雨，道是無晴還有晴」，是三義南北兩地氣候的最佳寫照。在每年 11 月至翌年 3 月間，不論白天或黑夜經常白霧瀰漫能見度極低，常有濃霧滯留，故有「臺灣的霧都」之美譽（賴坤成，2010：28）。

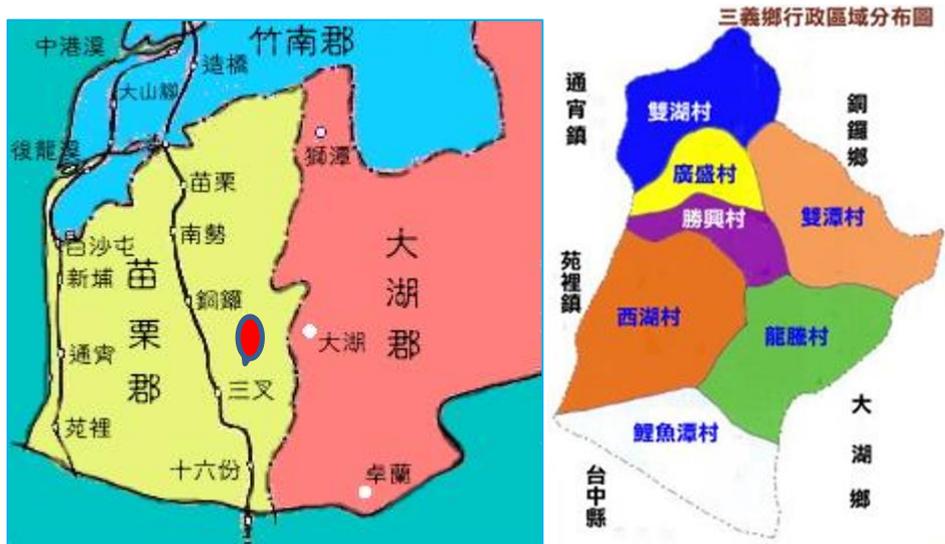


圖 1-2-1 苗栗三義日據（左）現今（右）行政區周邊變遷對照圖

資料來源：三義鄉公所，2018 年 3 月 10 日，取自

http://www.sanyi.gov.tw/sanyi_township/

（三）面積人口

三義鄉全鄉面積共約 69.3424 平方公里，海拔四百公尺左右，在全縣 18 個鄉鎮市中，排名第九位，大於苗栗市、公館鄉、竹南鎮、頭份鎮、苑裡鎮、三灣鄉、造橋鄉、頭屋鄉、西湖鄉。本鄉在行政，劃分為七村，人口共約 1 萬 7270 人（如表 1-2-1）。

表 1-2-1 三義鄉行政區域面積及人口數

村里別	面積 (km ²)	人口數
雙湖村	8.2985	2295
廣盛村	3.964	5203
勝興村	5.2421	4233

雙潭村	11.8087	1713
西湖村	15.7634	1775
龍騰村	14.5038	496

表 1-2-1 (續) 三義鄉行政區域面積及人口數

鯉魚潭村	9.7619	1555
總計	69.3424	17270

資料來源：三義鄉公所，2018 年（民國 107 年）3 月底面積及人口數，2018 年 3 月 10 日，取自 http://www.sanyi.gov.tw/sanyi_township/

（四）族群分佈

三義鄉的族群包括客家人、福佬人、大陸各省市人及原住民等。依行政院客家委員會委託研究報告《99 年至 100 年全國客家人口基礎資料調查研究》，經推估我國 2,316.2 萬民眾當中，有 419.7 萬人（18.1%）為符合客家基本法定義的客家人口。從不同縣市客家人口分布情況來看，本次調查結果客家人口比例最高的前 5 個縣市依序為新竹縣（71.6%）、苗栗縣（64.6%）、桃園縣（39.2%）、花蓮縣（31.7%）及新竹市（30.1%），三義鄉即位在客家人口次高的苗栗縣境，鄉內客家人口數高達 81.33%（全國意向顧問股份有限公司，2011）。

二、日本德島地區

（一）歷史沿革

大化革新西元 645 年之後，日本律令制度逐漸完善，設置了國府等政府機關。德島市國府町如其名所示，是古代設置國府的地區。1871 年（明治 4 年）7 月，在廢藩置縣的政策中被設置為「德島縣」，11 月改稱「名東縣」，1873 年（明治 6 年）2 月納入香川縣，成為名東縣的管轄範圍，至 1875 年（明治 8 年）9 月為止。1876 年（明治 9 年）8 月，舊淡路國被納入兵庫縣，舊阿波國也被成為高知縣的管轄範圍，名東縣被廢除。而後，明治 13 年（1880 年）重新設置德島縣直至現在。

（二）地理環境

德島縣位於四國的東部，東臨紀伊水道，南靠高知縣，北連香川縣，西接愛媛縣(如圖 1-2-2)。山地較多，面積約占全縣 4,146.65 平方公里的八成。海拔超過 1,000 公尺的山也不在少數。縣內海拔最高的山為四國山地中的劍山，海拔 1,955 公尺，為四國的第二高山。以劍山為中心的劍山地是德島縣南北的分水嶺，流淌於其北方的吉野川發源於遠處的高知縣，進入德島後形成大步危、小步危的縱深峽谷，從三好市起轉向東流，隨著東流逐漸擴張，打造出楔形的德島平原。吉野川北部的讚岐山脈海拔普遍較低，山麓的扇形地發達，地勢較高，吉野川下游的低地和勝浦川以及那賀川下流的低地共同構成了寬廣的水田地帶。分水嶺的南斜面山地為豐富的森林地帶，廣闊的平地較少，阿南市以南的山地為直逼大海的岩石海岸，和東北的沙灘海岸形成強烈的對照，海水較深，具有適合作為港灣的地形。



圖 1-2-2 日本德島縣地圖

資料來源：日本德島觀光資訊，2018 年 3 月 12 日，取自
<https://www.pref.tokushima.lg.jp/tw/japanese/about/summary>.

(二) 面積人口

表 1-2-2 2017 年德島縣面積人口統計數

面積	4,146.65 平方公里	統計時間 (2015.10.1)
人口	755,162 人	(2016.1.1)

戶數	305,649 戶	(2016.1.1)
----	-----------	------------

資料來源：德島縣廳，2018 年 3 月底人口統計數，2018 年 3 月 12 日，取自
<https://www.pref.tokushima.lg.jp/tw/japanese/about>

(三) 傳統文化

日本德島的「阿波文化」，包括「阿波舞」、「阿波藍」、「阿波人偶淨琉璃」、「西阿波的坡地農耕系統」及「貝多芬『第九』交響曲」。阿波舞於日本擁有超過 400 年的歷史，代表著日本的傳統表演藝術，聞名世界；阿波藍在幕末時期因蓼藍產業的發展而成為日本人口第 10 大的城市；德島的「阿波人偶淨琉璃」被指定為國家重要無形民俗文化財產；西阿波的坡地農耕系統在日本山地環境的農耕系統被傳承了 400 多年，與山村景觀、飲食文化和農耕等傳統活動一樣被人們守護並代代相傳，被認定為日本第一個農業遺產；貝多芬「第九」交響曲，德島是日本全國第一個曾舉辦兩屆國民文化祭的縣，透過文化祭將貝多芬的「第九」交響曲定位為「阿波文化」的四大主題之一，致力於宣傳其魅力。

貳、研究限制

本研究主要是以個案研究，探討臺灣、日本藍染傳統工藝產業創新經營之業者進行研究，雖於內容及架構上力求完善，但基於主觀、客觀條件，以及礙於時間、精力、經費有限，所以無法對所有面向進行研究，因此導致於研究過程中有下列限制：

一、區域性之限制

臺灣從事藍染傳統工藝產業的業者，散布於北、中、南各地區，本研究針對昔日藍染重鎮新北市三峽地區、苗栗三義、六堆地區、日本德島等地區，僅就具代表性之業者作為訪談對象。

二、深度訪談內容之限制

礙於空間、表達方式、語言溝通或研究者與受訪者問答內容認知之差異，造成不切合題要，或受訪者考量涉及商業上的保密，回答時可能會有所隱瞞或以避重就輕方式作為回答。

三、個案研究之限制

本研究係採個案方式，依受訪談者所提供訊息或資料，作為研究內容之依據，但在資料不完備之下，研究者可能會以個人之判斷或推測結果，作為內容之論述。

第三節 文獻探討

壹、植物染的發現與應用

天然染料取得的來源，可分礦物性、植物性、動物性染料，其中植物性染料因取得較為容易種類最多，且可因栽培而方便大量收集，是故應用最廣(林青玫、蕭淑華、林卿慧、姚亦庭、黃于恬，2009：192)，也最為人所熟悉，因此一般將「植物染」的名稱，多使用於「天然染料」。植物染是利用植物的根、莖、果實、果皮、花、葉、幹材等為染材，取它的汁液來染麻、葛、絲、皮、毛、棉等天然纖維。發現植物染是從煎煮藥草開始，由於衣物一旦沾上藥草汁液，就變成色漬，由此而發覺植物的汁液可以當染料，於是人們開始尋找染色方法，歷經無數試驗，古人理出了一套染色技法，讓原本不出色的纖維紗線，經過染色後變成繽紛的彩線。色素原本就普遍存在於植物體內，只不過大部分的植物色素容易分解、消失，只有能耐久不易被氧化的植物色素，才能作為染料。通常能作為染料植物都具有單寧(tannins)的成分，單寧具有收斂作用，久置或經過加溫或加入適當的媒染劑，就會產生不同顏色之變化。

在化學染料尚未發明以前，中國於對植物染已有相當的成就，從皇帝龍袍，外交絲綢貢品等精湛的染色技藝，舉世聞名的絲綢之路，中國絲織品曾獨霸天下。古書記載中國自周朝以來即設有各種專屬管理染紡的部門。《考工記》中記載的「染人」是負責染色的；「典絲」是負責管理絲織品與驗收、儲存和發放；「典婦功」是管理絲麻；「染掌草」是收集、種植、管理染材；「畫績」是負責絲織品上畫、繡花紋；「載師」是管理民間絲織業者；「羽人」是負責收集羽毛和染色，染色與紡織的官營制度一直延續到清朝滅亡才廢止(聞人軍，1990)。

臺灣早期染色原料均採用天然染料，陳千惠（2006：30-44）提到大自然中容易染色且色牢度高，在臺灣常被人們拿來運用染色的植物有下列幾種：

一、黃色植物染料

主要有如下幾種：洋蔥自古以來是中東、北歐地區是最常用的染材，顏色屬於橙黃色系，色牢度好，不用媒染劑就可染出顏色暖和又鮮麗的溫馨色彩，是方便操作的染材，且可染各種天然纖維，尤其是棉布，相較於其他染材更能染出不錯的色彩。洋蔥染可運用於絞染棉布、絲布以及毛線披肩。

梔子是極古老的染材，早在西元前就已經利用它來染出黃色。梔子跟洋蔥皮一樣，都是一種好染材，不必媒染就可染出華麗的黃橙色系，但梔子染色不耐日照，最好用來室內用品之染色較為合適。它所含的黃色素，是安全的天然食用色素，很適合用於食物染色，也可作為中藥使用。梔子染可運用於食物、麻線信插及睡衣之染色。

五節芒能染出淡淡的土黃味，很具庶民色彩。用來染毛線織披肩，除了有秋冬的氣氛，還有一種輕鬆飄逸的美。五節芒幾乎隨處可得，是自然界中可以大量取得又不虞匱乏的植物。芒草染可運用於毛線披肩及坐墊上。

薑黃是古代東南亞、中國西南方染黃色的重要染材，也是食品調味和染色劑。因為染色顏色較淡，經日曬或洗滌後容易褪色，染纖維時通常是作底染。因薑黃含有特殊辛香味，染在布上可防蚊蟲，適合用來染嬰兒、產婦用品及襪子內衣物等。

二、藍色植物染料

藍草的種類很多，木藍和山藍是臺灣主要的藍草植物。木藍是本島原始特產，早期曾大量栽培，為臺灣帶來很高的經濟收益，山藍則較常見於陰涼的山地，秋日開藍紫色花。藍草染可運用於絞染手帕、方巾、毛線三角巾等，由於藍草具有殺菌藥效，穿藍染衣服，就好像多了一道護身符。

三、黑色植物染料

染黑的植物很多，臺灣的原住民，尤其是泰雅族，最常利用本島原生樹種九芎葉，再以含有鐵分的沼泥當媒染劑，染出色澤獨特的褐黑色。九芎染可運用於棉布購物袋、帽子、瓊麻腳踏墊等。

四、紅色植物染料

薯榔是臺灣島上原住民最常用的染材，也是無需使用媒染劑即可染出鄉土味的紅磚色，色牢度很高，最具有臺灣的鄉土風味。薯榔含有高單位的單寧，不僅用來染色，還可以保護纖維、防纖維破損的功用，所以早期取薯榔染漁網線，可加強漁網耐用度。薯榔染可運用苧麻桌墊、毛線以及絲線背心。

在化學染料未被使用前，臺灣的檳榔是日本人重要的染材，江戶時期稱為檳榔子染，通常將布先染藍，再套染檳榔或石榴、五倍子，用檳榔果仁染出的色澤為紅紫色系，若用果殼連果仁熟煮，染出的顏色為紅黃色系。檳榔染的固色性非常好，適合各種纖維染色，檳榔染可運用於枕套、被單、棉布手提包等。

如上述，早期臺灣從薑黃取得黃色，從檳榔果實取得紅紫色，大部分為亞熱帶特有之植物染料，先民利用含有色素的樹皮、根莖、花朵、果實等，經過熬煮製成有色的染液，染色方法雖複雜、著色較差、成本較高，但是植物性染料具有獨特之處，誠如許多植物染料兼具藥用成分，可殺菌防蟲；甚至部分植物染可供食用，其特殊的香味，可增添食物的風味。在許多化學染料具有致癌疑慮的化學物質，雖然植物染出的色澤不及化學染料鮮豔，但卻較為自然、健康且可自行分解不易造成環境污染。

貳、傳統工藝及其面臨的挑戰

依據《文化資產保存法》對傳統工藝定義是指流傳於各族群與地方以手工製作為主之傳統技藝。傳統工藝，包括裝飾、象徵、生活實用或其他以手工製作為主之傳統技藝，如編織、染作、刺繡、製陶、窯藝、琢玉、木作、髹漆、剪粘、雕塑、彩繪、裱褙、造紙、摹搨、作筆製墨及金工等（徐成霖，2009）。認為工藝一詞見於宋代太平御覽，書中有「工藝」之部，所謂工藝即「百工之技藝」，就是工作的藝術，古代所謂工藝包含生產器物的技藝與手工技法製作的技藝。徐成霖也論及西方對工藝的定義，西方的工藝定義為藝術與技術的混合體。並指出工藝是文化的產物，是造型的、生活的、實業的，也是人類情感的表現，所以工藝可以顯示出民族的文化。由此觀之，工藝包含有技術與藝術的成分，工藝是文化的表徵，文化是工藝的內涵，若沒有文化做為創造的根源要素，工藝就會欠缺生命力；相對若沒有工藝的發展，文化就無法耀

眼顯明，所以自古以來各朝代或族群都有發展其屬於他們的工藝及象徵的文化。工藝除了是藝術與技術的結合表現，也是文化內涵的表徵。

顧琪君（2000）指出，傳統工藝隨著科技的發達、經濟的進步、國民生活形態及社會結構等因素的改變，傳統工藝面臨的挑戰：

- 一、由於教育水準普遍提高，高學歷高成就，一般傳統價值觀以為萬般皆下品唯有讀書高的士大夫觀念，認為傳統的工藝只是雕蟲小技難以登大雅之堂，光技術沒有學識文憑是不會有高的社會地位，身為父母大都希望自己的子弟努力讀書，將來才能出人頭地，造成傳統技藝傳承後繼無人。
- 二、傳統工藝的製作有其一定的方法、過程、技法、素材、內容繁複且困難度高，非一朝一夕可學成，訓練過程中常有變化，必須不斷反覆修正，容易枯燥乏味，而且如果沒有相當體力、耐力、意志力及使命感是無法支撐長久。
- 三、傳統工藝學徒薪資不高，年輕人大都以現實考量，加上就業機會多元化的影響，導致減少參與傳統文化的製作與向心力。
- 四、因為網路資訊發達互聯網購物的便利，造成其他國家以低廉價位傾銷我國市場，減少國人對傳統工藝品的需求。
- 五、政府早期為提高經濟產能，以出口為導向，對傳統工藝的保存與傳承缺乏政策性長期的保護及鼓勵措施，導致傳統工藝的沒落。
- 六、時下年輕追逐流行風潮，崇尚新的物品，對於傳統的物品較不感興趣。

劉豐來老師認為傳統藍染「市場接受度偏低」是市場降溫主要的原因，手染在製作手續方面，非常辛苦及麻煩，如果不採用機械製作，生產量實在有限，造成工藝品價格偏高，消費者比較難以接受，市場銷售率偏低，使從事手染工作者意願逐漸消退。手染市場接受度偏低，造成投資者資金投入的意願不高，導致目前手染工坊規模無法擴大。

參、傳統工藝產業轉型為文化創意產業

傳統工藝產業轉型為創新經營模式之產業，施丞泰（2008）從相關文獻顯示各國越來越重視文化創意產業的發展，臺灣在文化創意產業的推動不遺餘力，因為它已成為國家經濟發展指標及提升社會生活品質的重要關鍵（彭思舟、吳建忠，2012）。「文

化創意產業」各國定義大同小異，意指源於個人創意，技術與才華，透過智慧財產權的開發與運用，有潛力創造財富與就業機會，進而提昇生活環境的活動。包括文化藝術、交響樂團、舞團表演、電影、電視、流行音樂等商業性的創意活動。世界各國重視文化產業，成為新趨勢並已有很好的成績，如加拿大、紐西蘭、日本等，透過文化產業的推廣，帶動或刺激國內經濟產值，尤以日本對傳統文化、地方風俗的發揚，振興了觀光業，在一片經濟不景下，造就了產業的新契機，近年來中國大陸也積極推動文化產業，可見文化產業是不能忽視的重要經濟活動之一。

傳統工藝產業如何轉型為文化創意產業（黃光男，2016），認為傳統工藝應以文化為飾品、以創意為創造、以產業為價值，轉型產業繫於創意產品的開發與實踐，其中包括政策擬定、執行、人才尋覓與培育，產品的專業與產出（製作）、科技的應用與行銷，以及作為永續經營的策略等綜合財力、人力、物力的開發，似乎都得應有寬宏的遠見與堅實的執行力。過去的經濟發展，以工業製造優勢創造了臺灣經濟奇蹟，然而隨著全球化的發展，臺灣的製造業優勢不再，必須回頭檢視並發揚既有的文化魅力，應用於產品、生活、美學中，建立臺灣品牌的價值，讓「文創產」為臺灣創造再次的經濟奇蹟。

文化創意產業產品之特性（陳振杰、黃榮琿、蔡漢生、吳連賞，2008）認為應強調地方的故事性、典故、傳奇性及其商品所具有的獨特性，能夠感動消費者的情感，喚起消費者對地方認同與文化認知，提升消費者的獨特品味等（陳文亮，2010）。期望促進國內文化創意產業之就業機會與附加價值可以提升，並使文化創意產業成為臺灣產業競爭的特色發展方向。

藍染為何深受愛藍人士的熱愛，因為每一塊布在重覆洗染氧化後攤開，都是一個驚喜，都是出乎人意料之外的美，而且每一件作品都是獨一無二的。藍染從染布，圖騰設計都是手工打製，手工藝品是有手感有溫度的，卓也品牌的桐花絲巾，是以客家桐花元素，白色典雅的桐花與高貴精緻絲綢的染布組合之下，卓也桐花絲巾，成了卓也品牌中最熱賣的客家藍染文化創意商品。

肆、文化創意產業應用品牌與創新之行銷

關於文化創意產業（簡稱文創產），黃光男（2016）曾提到國內的文創產業大部分都注重於產品的類項，產品創意與通路的品牌建立，常常被忽略，甚至覺得它是一種行銷方法，並不是文創產本身的重大發掘與創意。殊不知品牌的建立是產業的理想與目標，也是文創產事業首要的選擇。當文創產經營者將創意加值於產業時，便有「先建立價值才有產值」的可能，例如近年臺灣為了發展觀光農業文創產，以臺南花卉節、高雄玉荷包、燕巢的大棗子、屏東的黑金鋼蓮霧、旗山的香蕉等品牌風行全球，以品牌提倡與行銷，是文創產推廣最具量力之後盾。

Aaker（1991）在 *Managing Brand Equity* 一書中，將品牌定義為具有獨特性的名稱，用來辨識銷售者所提供的產品或服務，並使其產品與其他競爭者有所區別。品牌不僅代表實體的產品，也包含許多實質以外的意涵；消費者所購買的不僅是功能或利益，更包含其他的象徵與內涵（李振亮，2012）。對品牌強勢的企業而言所代表的是更多的品牌權益，並會反應在品牌知名度、品質的認定、品牌忠誠度、品牌聯想與其他專屬的品牌權益，創造真正的品牌價值。Kolter（1994）認為品牌在本質上，就是銷售者提供購買者一組具一致性及特定產品特性、利益、服務的承諾。透過品牌可傳達六個層次的意義給消費者其包含產品屬性、利益、生產者價值、文化、品牌個性、產品使用者概略形貌。其中以文化、品牌個性與生產者價值三層意義，最容易被消費者知覺到，對消費者來說，該品牌比較能在品牌意義上達到持久性，且不容易隨著時間而被淡忘。

在現今快速變遷的時代，劉榮芳（2012）認為品牌經營者需要前所未有的態勢努力來博得消費者的注意，企業也才能賣出更多的產品與服務，不但可以讓企業獲得較大的利潤空間，更重要的是經營品牌可以掌握提升企業價值的命脈，「品牌（brand）」代表著企業的生命，唯有創造品牌才能讓企業走向更寬廣、更遠、更可以永續經營的道路。沒有品牌等於沒有自己的名字亦沒有生命，在市場上沒有可提供給消費者辨識的名稱、標誌或著符號。故容易被仿冒，因而讓消費者無法分辨生產者，商品就會成為大宗貨物。但是消費者會希望認識品牌，當你穿到一件衣服時，這個商品讓你提升自身價值時，你會注意並記住它的品牌，等下次欲購買時第一個想法是這個品牌。

創新是創造企業本身的價值與永續經營的基礎，也是產業發展的重要命脈（謝凱雯、榊原一也，2013：121-142）。認為創新常被視為企業獲利的基礎，不論是將舊產

品改良或投入研發新產品皆可視為創新能力的指標。但創新需要很多資源的投入與配合，若能有效地整合企業的資源，不僅可節省投入成本，更可提升研發成功的效能，為企業帶來更高的附加價值（Michael E. Porter, 2007）。產品創新可以拓展市場，進而促進產業成長，增進產品差異化，而且還有其他間接效果。「創新」所需要的，是用新的行銷、配銷、或製造方法，來改變規模經濟和其他移動障礙。產品差異化成功，公司將極可能賺得高於產業平均的利潤，足以抵擋五大作用力的盾牌。產品差異化可增加利差，使公司無須追求低成本的地位，因為產品的「獨特度」會造成客戶缺乏可供比較的替代選擇，因而降低了對價格的敏感度，因此企業主將比競爭對手更能獲得顧客購買的忠誠，更有實力對付替代品。

伍、與「藍染」相關的研究

李瑞英（2014）指出，2000 年後臺灣重新邁入植物藍染新紀元，全臺各地紛紛成立體驗工坊。休閒農場、民宿，將植物藍染工坊當作休閒產業經營，各地社區也將植物藍染作為重點推廣活動，因體驗工坊短時間遽增，藍靛的需求量大為增加，造成臺灣面臨無藍靛染料無可用的窘境，以及植物藍染的體驗活動也面臨防染技法更新的困境。對有心推動者而言，目前遇到的瓶頸包括藍染製作過程完全需要人工、體力、手又容易受傷，研習營學員，好玩學一學就散了，人力不夠，加上沒有齊全的設備、場地，無法大量及大塊染，只能小塊小塊完成。誠如洪靜文提到目前美濃發展不起來的原因：一、不認同、不了解。二、認為有視覺汙染。三、沒有前途、願景。四、成本貴。但最主要原因應該是由於數千年來的技術未曾革新，只有靠人力，加上方便、快速的化學藍靛的出現，使得推展之路更加艱辛。

陳景林（2004）以為臺灣目前染織工藝的發展，已經面臨了技術升級與設計整合的瓶頸，文化產業的發展，除了水平方向的聯繫整合之外，尤須在創意的開發與技藝的升級上再做努力，才能有所突破。基此，負載著文化圖像創造的染纈技藝，也應適時地深化。

鄭美淑（2016）則指出染法繁複且天然藍靛的製作條件的變化產生實務上有許多難以克服的缺點，無論是臺灣或日本甚至韓國、菲律賓、印尼、不丹、越南、泰國及中國大陸等，藍草的生產最後都被化學染料所取代。人類使用化學合成染料只有區區

數十年，化學染對環境的破壞卻遠超過數千年的影響。所幸環境的反撲，終於喚起人們重新看待健康、安全及天然的植物染料；農業生產的方式也漸漸朝向有機農法發展，甚至回歸至最原始的自然農法，因此天然染色的時代跟著時代的潮流再度崛起。

林炯任（2007）以為染藝文化產業研發的首要工作，便是社區工藝人才的培育。而藍染文化創意發展的關鍵，則在於紮實的工藝技術能力與創意的想像力，如何能將工藝技術能力與創造力落實在社區人才的養成上，首先必須思考，如何將傳統染布產業文化的精神，與新時代藍染創新造型的設計加以結合，才能發展出具獨特性的臺灣藍染文化。

張慧貞（2012）則說明，臺灣的「藍」沉寂了半世紀之後，於 1994 年之時由臺灣省手工業研究所的馬芬妹老師將其復育、尋回，1994 年適逢行政院文化建設委員會提出「社區總體營造」政策從「人、文、地、產、景」五大面向，來整合並凝聚社區共識，建立各社區的特色意象，以及後來在 1999 年發生 921 大地震，讓植物染色找到了新的契機及新的定位，而植物染色中其中的一環—「藍染」，也受到大家的關注，從原本象徵族群勞動圖像的素色染布轉換成個人特色及文化創意的新風貌，也從中部藍染復育地—南投開始，延伸到北部的三峽、南部的美濃再擴散到全臺各地區。北部的藍染在社區總體營造計畫興起後，由文史工作者重建而帶入社區發展；南投地區是在 921 地震之後，從植物熱染轉為藍染，作為在地失業婦女的謀生技藝；南部則因美濃地區結合傳統客家藍衫獨特的文化，才帶動藍染工藝的發展；苗栗地區僅有少數 5 個人次，但與上述地區相較之下，在歷史的記憶上，只有少數文獻資料有記載種藍記錄，但不充裕，因而藍染來到苗栗之後，是朝創意的教學為出發點。

高菊珠（2009）則認為全球備受經融風暴衝擊和挑戰，客家文化創意商品要能帶動經濟、繁榮客庄，就必須提昇產品專業精緻，讓產品更富創意且具有客家特色及意涵。期待能將既有的客家傳統藍染技藝，延伸開創文化創意產業，在都會之中突顯客家意境，讓創意潛能發揮於藍染文化創意產業，提昇六堆客庄生活品質，繁榮客庄，創新客家文化產業。川人美洋子（2016）表示想要守護日本阿波藍產業，唯有踏實且堅定地製作優質的產品，以及看重相關產品的規劃，最重要的是持續不斷的努力，而且必須適度將日本的文化要素及重要的傳統思維納入。要傳承自久遠年代的阿波藍傳統文化中最重要就是獻身及勞力，若阿波藍工藝產業能獲得到更多人的關注就是延

續阿波藍命脈最大的貢獻者。阿波藍產業能够生存下去，就需要更多的人購買阿波藍染料或是社會大眾樂意購買阿波藍的染色產品，以及對阿波藍的相關事物抱持關心的態度，是讓傳統可以長久持續保存的不二法門。

綜合以上有關藍染產業之研究，雖然藍染產業受到化學染的取代而沒落消失，但人們後來發現化學染帶來了對環境的破壞，以及對人體健康之影響，環境的反撲，喚起人們重新看待健康、安全及天然的植物染料，因此天然染色的時代跟著時代的潮流再度崛起。但藍染工藝在製作過程由於需要耗費許多的人工、體力、成本高，面臨經營的困難，加上數千年來的技術未曾革新，是藍染產業發展一大挑戰。在全球化之產業競爭下，染織工藝的發展，已經面臨了技術升級與設計整合的瓶頸，所以文化產業的發展，必須在創意的開發與技藝的升級上再做努力，才能有所突破，創造出獨特的臺灣藍染文化。藍染是客家重要的文化產業，如要能帶動經濟、繁榮客庄，就必須提昇產品創意及技藝，適度將客家的文化要素及重要的傳統思維納入產品規劃，讓產品更富有客家文化創意的特色與意涵。

第四節 研究方法與流程

本論文主要針對臺灣、日本德島跨國之藍染傳統工藝及產業之研究，研究方法採用歷史研究法、深度訪談法、參與觀察法以及個案研究法，透過個案研究瞭解臺日兩地藍染傳統工藝產業發展之趨勢。由於時間與人力、物力的限制，運用歷史研究法為了助於研究時更能掌握研究主題之概況；另外透過田野調查做深度訪談，根據受訪者所提供的資料，作為研究內容之探討；以及實地參與觀察之記錄及拍照內容，有助於資料之佐證，讓研究內容更加詳實。

壹、歷史研究法（Historical Research）

歷史研究法是指有系統地蒐集及客觀的評鑑與過去發生之事件有關的資料，以考驗事件的因果或趨勢，以俾提出準確的描述與解釋，進而有助於解釋現況或預測未來的一種歷程（王文科，1999：267-268）。本研究以藍染傳統工藝產業在臺灣發展歷史

與文化背景之相關文獻史料，探究藍染產業發展的脈絡，分析其興衰原因，作為研究的基礎。因此，除了文獻之外，也蒐集了相關圖表及照片讓資料之呈現更具完整性。歷史性研究中史料的來源可分為主要史料（primary sources）與次要史料（secondary sources）（王文科，1999：272）。本研究所採用的主要史料有地方史志、傳統工藝等公部門出版之相關資料。而次要史料，由於資料大部分不是報導者親自目擊事件而提出的報告，可能透過媒體報導，所聽聞或閱讀，經過蒐集、理解、分析或觀察結果而撰寫成之報告或文章，由於論述觀點會因個人觀察的角度、層面或觀察者想法、價值觀或學經歷不同，造成觀點的差異，所以次要史料通常供作參考之用。本研究主要以國立臺灣工藝研究中心出版的《臺灣漆藝的傳承與再生情出於藍—臺灣傳統藍靛染色工藝技術的復育與運用》（2001）、《傳承與創新—臺日藍染文化講座研討會論文專輯》（2008）、《臺灣藍 草木情—植物藍靛染色技藝手冊》（2016）以及日本德島縣立工業技術中心主任研究員川人美洋子的《日本の阿波藍》（2000），還有鄭美淑《又見一抹藍》（2016）專書內容之資料整理、分析、歸納，做為研究報告撰寫及作為後續相關研究之參考。次要資料也是極為重要的參考文獻，有關藍染相關碩博士論文的研究報告、臺灣文獻期刊出版品、工藝雜誌及新聞媒體採訪或專欄報導，進行資料廣泛之蒐集及佐證參考。藉由「主要史料」與「次要史料」的蒐集及分析，來瞭解藍染傳統工藝所蘊藏的歷史與文化。

貳、參與觀察法（Participant Observation）

參與觀察研究常被認為是一種在探索性及描述性科學研究的初期相當有用的工具（Lazarsfeld, 1972；Babbie, 1986；引自王昭正、朱瑞淵譯，1999）。參與觀察是希望藉此融入被研究對象的生活情境，理解其思維的文化脈絡，並瞭解當地人如何對展演的行為賦予意義。參與觀察法主要特徵為觀察者成為被觀察團體中的一員，參與活動或生活，同時扮演參與者和觀察者的雙重角色。在此情形下，觀察者不被視為局外人，可以維持觀察時的自然情境，可減低觀察者在情境中的紛擾，並可減少被觀察者的反作用效果，以獲得比較真實的資料（郭生玉，1986：175-176）。

在本研究採用參與觀察法主要內容：一、以臺灣、日本德島地區，選擇具有代表性的藍染業者，觀察紀錄其實際經營模式。二、以新北市「三峽染工坊」、「三峽藍

染生活工坊」、苗栗三義「卓也小屋藍染園區」、屏東萬巒「鍾林工作室」以及日本德島「BUAISOU」、「新居製藍所」、「舞工房」等個案，實際進行田野調查，訪視紀錄商品之款式、品項、材質、設計風格及價格等。三、觀察業者藍靛製造流程、染布技法、包括 DIY 體驗之實做步驟、時間掌控及顏色變化，以及所使用之工具或生產設備等全面做觀察與記錄，並從中發掘問題，觀察的重點在於瞭解不同型態之工坊，不同的經營模式，其運作的優缺點以及對產業之影響。參與觀察觀記錄之內容也是訪談時很好的備忘錄，尤其受訪者在介紹特有專業部分的事物或步驟，就特別適合採用參與觀察法，以彌補訪談中不易呈現或遺漏的內容。

參、深度訪談法（In-Depth Interviewing）

深度訪談，又稱質性訪談，是一種帶有目的對話。此類訪談法往往沒有預設問題的答案，文崇一（1993：552-561）區分為「結構型」和「無結構型」的訪談。結構型訪談法又稱為標準化訪談法或控制式訪談法，此法的特點是將問題標準化，然後由受訪者回答或選擇回答，所有受訪者都回答同一結構的問題，由於質性方法的彈性較大，研究過程的信度和效度都很倚重訪談員的經驗和對理論的敏感度。無結構型訪談法即指事先不預定表格、問卷、或定向的標準程序，大多以一種日常生活對話進行訪談，訪談內容的深度，係透過訪談員與受訪者間的互動而獲得。為了集中焦點，易於歸納分析，本研究採用結構型訪談法，將問題標準化，用相同的問題訪問不同的對象，由受訪者回答或選擇回答。

本研究訪談對象及訪談內容主要針對藍染傳工藝產業之負責人或執行者進行實地訪談或透過電話訪問，參與研究業者資料表（如表 1-4-1）。

表1-4-1 受訪者資料表

編號	姓名 (性別, 年齡)	地點	從事藍染業 簡介	訪談日期 與地點
T01	朱匠師 (女, 67歲)	新北市 三峽區	三峽藍染生活工坊 負責人	2017.03.12 店家
T02	劉總幹事 (女, 56歲)	新北市 三峽區	三峽染工坊 總幹事	2018.02.28 電話訪問

T03	鄭老師 (女, 56歲)	苗栗縣 三義鄉	卓也藍染負責人	2018.04.17 店家
T04	林女士 (女, 67歲)	屏東縣 萬巒鄉	鍾林工作室 負責人	2018.05.30 店家
T05	卓先生 (男, 60歲)	苗栗縣 三義鄉	卓也小屋負責人	2018.04.17 店家
J01	楮覺郎 (男, 29歲)	德島市 板野郡	BUAISOU 創辦人	2018.5.12 店家
J02	新居藍師 (男, 70歲)	德島市 板野郡	新居製藍所有限會社 負責人	2018.5.12 店家

資料來源：研究者整理

採深度訪談方式不僅可直接向受訪者說明研究目的，也可以從不同的角度、立場以及針對不同的經營模式之業者所提出之觀點，獲得更廣泛與完整之資料提供。本研究以受訪者口述內容作為第一手資料，為了慎重起見，訪談過程會在受訪者允許下進行全程錄音，為達訪談內容之完整性，受訪者接受訪問的次數不限一次，依受訪者之意願與可提供的資訊決定。訪談內容以逐字稿作為記錄，如電話訪問方式，因不便進行錄音則以筆記方式處理，再做重點摘要記錄。每一次訪談結束需要趁著記憶猶新完成繕打逐字稿，並且需要重覆收聽錄音內容，以修正訪談記錄，方能進行章節內容初步之分類及撰寫，若資料有不足或缺漏，則另行安排電話訪問或透過 FB、E-mail、LINE 向受訪者請益。

本研究進行訪談時間自 2017 年 3 月開始持續到 2018 年 5 月為止，主要針對昔日藍染重鎮新北市「三峽染工坊」、「三峽藍染生活工坊」、苗栗三義「卓也小屋藍染園區」、屏東萬巒「鍾林工作室」以及日本德島「BUAISOU」、「新居製藍所」進行田野調查及深度訪談，每一次訪談時間臺灣大約 1 至 2 小時，日本是以 2 至 3 小時受訪者訪談大綱（如表 1-4-2）。另外參觀日本德島「藍之館」、「藍屋敷」、「古庄染工廠」、「舞工房」、「藍住館」、「藍布屋」、「長尾織布合名會社」、「藍染工藝館」、「岡本織布工場」、「加藤織布工場」等。日本主要針對阿波藍重鎮德島地區，進行訪談、參觀及觀察紀錄，瞭解阿波藍傳統工藝產業目前發展之現況，以

及業者經營之模式。德島阿波藍產業是以產業群聚包括藍商工房、染商工房、織布工場以及工藝村聚集發展的產業鏈。臺灣藍染產業布散於北中南各地區，除了三峽地區因為是昔日藍染重鎮，所以以社區總體營造時，許多工藝及美術背景的地方人士共同參與，其他地區以南投工藝研究中心所發展的工坊以及六堆地區個人工坊較為居多。

表1-4-2 業者訪談大綱

研究目的	待答問題	訪談大綱
傳統藍染工藝的發展歷史	傳統藍染的在地發展之情形	1.請問當地藍染的起源與發展？ 2.請問您學習藍染的過程？ 3.為什麼選擇發展藍染工藝？
傳統藍染工藝的獨特性	藍靛調製及染色技藝之介紹	4.請問藍靛調製之方法？ 5.請問藍染染色之技藝？藝？ 6.您的藍染和別人有什麼不一樣？如何做出您自己特色？ 7.請談一談產品設計的理念？是否針對特定的族群做設計？ 8.因應時代潮流傳統藍染工藝要如何創新？
藍染工藝產業目前之現況	經營模式及行銷之通路	9.在什麼機緣之下成立商店？曾碰到哪些困難？如何克服？ 10.請問工坊的人力組織？ 11.如何與其他行業異業結盟或增加合作機會？ 12.產品行銷主要的通路為

		何？ 13.未來有想要擴店或外銷國外的遠景？
傳統工藝產業的保存與振興	政府資源的提供與相關保護及推廣措施	14.政府有什麼政策性的輔導或補助嗎？還是行銷平臺的提供？ 15.藍染的當前的挑戰是什麼？以及未來展望如何？

資料來源：研究者整理

肆、個案研究法（Case Study Research）

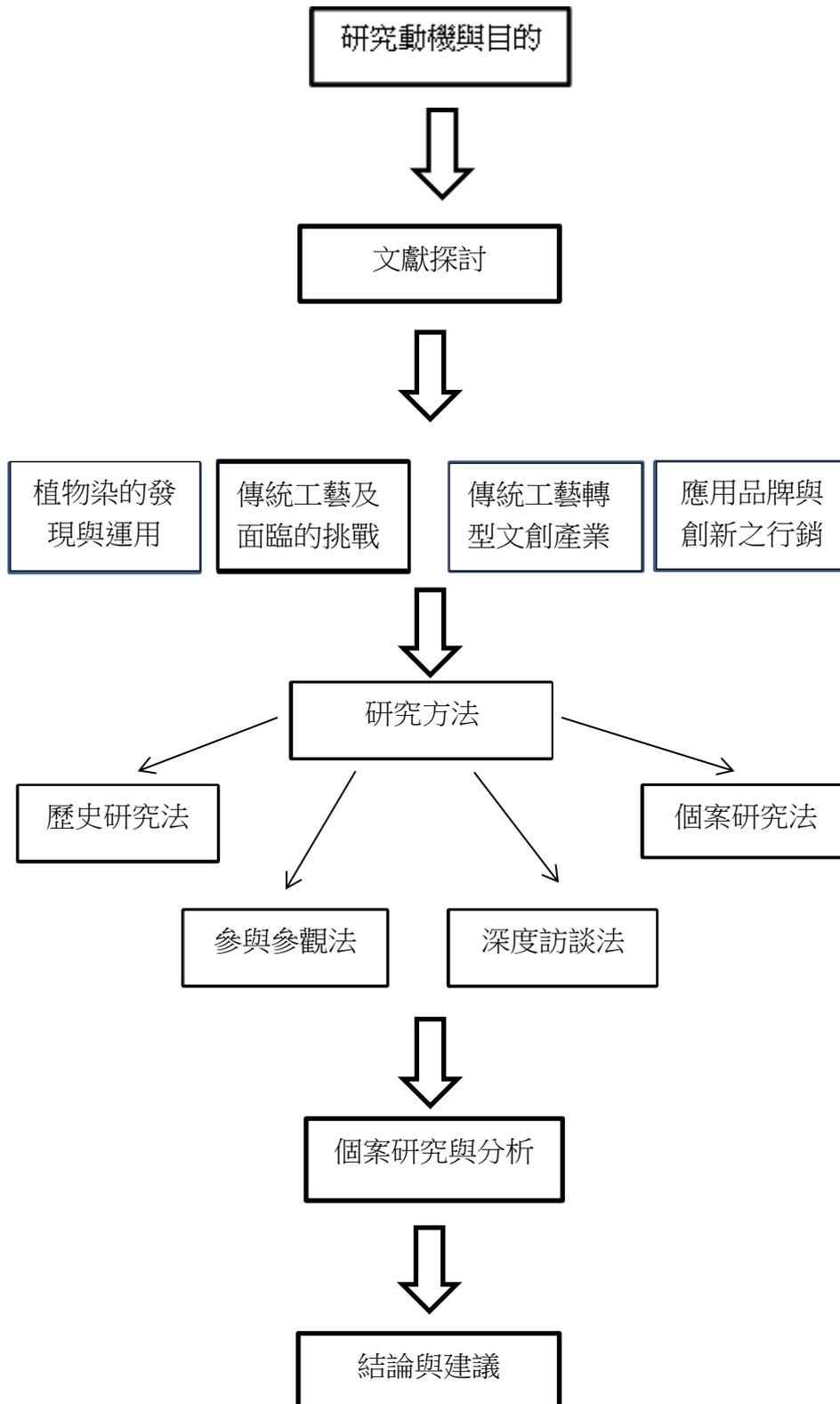
本研究是以臺灣昔日藍染重鎮三峽、苗栗三義、六堆萬巒地區為主，經營藍染產業超過 10 年以上且較具規模的工坊為研究對象，另外日本德島地區是透過新聞媒體或網路資訊，對經營阿波藍產業頗受好評之業者做為訪談對象。綜整訪談結果以經營成功之案例，並且針對業者創新經營之模式作為個案之研究。

個案研究在於探討一個案例在特定情境脈絡下的活動性質，希望去瞭解其中的獨特性與複雜性。研究者的興趣通常在於瞭解過程而非結果，因而研究者會著重整體觀點，瞭解現象或事件的情境脈絡而不只是特殊的變項（林佩璇，2000：239-262）。我們可以說個案研究就是一種研究策略，選擇單一個案，採用各種方法如觀察、訪談、調查、實驗等，以此蒐集完整的資料，掌握整體的情境脈絡與意義、深入分析真相、解釋導因、解決或改善其中的方法（邱憶惠，1999：113-127），亦即個案研究能夠幫助研究者釐清特定的真實情境脈絡，達成整體而通盤的瞭解。Merriam（1988）則認為一位個案研究者要隨時能掌握機會以蒐集資料，研究者必須具備敏感性並且學習成為一位良好的溝通者。

本研究透過誠懇理性與受訪者對話以及多方面的觀察，以呈現個案的原始面貌及背後所代表的真正意義。因研究成果涉及每一位受訪者所回答或提供之資訊是否詳實，如果受訪者不願針對問題做回答，而有所隱藏保留，也很難做出一份好的個案研

究，所以研究的過程中，無論是電話約訪或實地訪談，交談中的用詞、語氣及服裝儀容必須留意不可輕忽隨便。在訪談前必須針對個案的受訪者之背景有基本的認識，訪談中才能有共同的話題，以及對訪談內容必須瞭若指掌瞭解，充分準備才可以避免不必要之尷尬現象發生。研究者於蒐集資料（訪談、觀察）的技巧，需要有基本的瞭解如何掌握問題的脈絡，留意受訪者之反應以及時間之掌握等等，會有助於個案研究資料蒐集之完整性，以及個案分析論述依據之客觀性。

本研究之研究流程如下所示：



第二章 藍染在臺日兩地的發展

早期臺灣藍靛染料品質與價值，在當時產業中是非常具有競爭力，所以曾發展出一段「菁彩」的「藍金」傳奇（馬芬妹，2010：153-188）。臺灣藍染產業起自 17 世紀末，山藍、木藍植物是先民葦路藍縷開發臺灣時期的重要經濟作物，藍靛染料產量不只供應國內染商所需，還可大量外銷至大陸，外銷藍靛染料曾高居臺灣地區出口貿易之首。早期由於藍靛產業的發達使得從臺灣染布的水準迅速提高，全臺各地無論大城小鎮或鄉間市集遍及染坊，可見藍染產業發展之興盛。阿波藍在日本德川江戶時代曾是支持德島藩經濟命脈的重要產業，其不論在產量或品質方面，都比其他藩區更為優異著名，而被稱為「阿波藍」，享譽全國，久留米絨（kasuli）是日本三大絨織物之一，日本文化廳指定為傳統工藝重要之無形文化財，其使用之染料為阿波藍染色，阿波藍產業與日本的紡織業關係極為密切。

第一節 臺灣與日本傳統工藝與文化

壹、臺灣傳統工藝與文化背景

在古代，關於由中國人所與臺灣之地名，根據《臺灣文化志》記載，有「東鯤」、「夷洲」、「流求」、「琉球」等之稱，明萬曆間，海寇顏思齊踞有其地，始稱為「臺灣」。臺灣由於地理位置特殊，位於亞洲東部、太平洋西北側的島嶼，地處琉球群島與菲律賓群島之間，西隔臺灣海峽與中國大陸相望（伊能嘉矩，2017）。兩千年多年來是屬於移民社會且由不同的族群所組成。從最早期的南島文化、古閩越文化，到中期的海盜文化，15 世紀到 17 世紀由於歐洲的船隊出現在世界各處的海洋上，尋找著新的貿易路線和貿易夥伴，以發展歐洲新生的資本主義，荷蘭、西班牙占領臺灣帶來歐洲文化，明鄭時期以後東南沿海漢族開始大規模開墾而帶來的閩南文化和客家文化，到後來日治時期帶入的日本文化，以及臺灣原住民的文化復興，造成臺灣文化多元的面向。據《星槎勝覽》之記載，鄭和之航海，其足跡真正及於琉球即臺灣之事成為全無疑惑

之餘地，全文對琉球國（指臺灣南部）之描述：「其處山形，抱合而生。一山曰翠麓、一山曰大崎、一山曰斧頭、一山曰重曼，高聳叢林。田沃穀盛，氣候常熱。男、女以花印布大袖衫連褲穿之。其酋長尊禮，不科民下，人皆效法。釀甘蔗為酒，煮海為鹽。能習讀中國書，好古畫、銅器，作詩效唐體。地產沙金、硫黃、黃蠟，貨用珍珠、瑪瑙、瓷碗之屬。」自古以來臺灣藝術文化深受南島語族的南島文化影響最為明顯，原住民大多以雕刻、陶藝、織品等藝品呈現，其中雕刻及陶藝以排灣族最為傑出，而織布以泰雅族最著名，後來漢族渡海來臺帶入有關寺廟雕刻、活字、算命、歌仔戲等藝術工藝，讓臺灣藝術文化綻放出多采多姿的面貌。

貳、日本傳統工藝與文化背景

日本在幕末傳奇人物坂本龍馬縱橫穿梭之間，讓德川幕府無血開江戶城投降，造就了年輕的明治天皇開國的新時代。從此刻起的日本，逐漸從東方古老的日出之國，一躍而成為亞洲第一強國，甚至走向後來的「脫亞入歐」的殖民地國家隊伍，擊潰守舊不堪的大清帝國，取得臺灣為殖民地（洪維揚，2016：10、372）。在二次大戰中昭和 1945 年戰爭結束，美國占領期間進行民主改革，剷除軍國主義元素、解除武裝，日本恢復獨立後以發展經濟為立國根基，所以在 1968 年短短 20 年左右，日本 GNP 排名世界第二，成為僅次美國的第二大經濟國。至今日本依然還是全亞洲開發程度與人口素質最高的國家（涂豐恩，2015）。日本的經濟奇蹟到底是怎麼發生的？這個問題引起了熱烈的討論。有人認為要歸功於能幹的日本官員，負責經濟發展的通商產業者，尤其居功厥偉，但有人質疑，認為真正成功的產業，不是依靠政府的介入，而是在國內激烈競爭的環境中成長茁壯，但在時空背景下，二次大戰後的日本，因為解除了一切武裝，軍事支出的花費大為減少，可以專注於經濟發展，從敵人變成盟友的美國，提供各種貿易上的協助，更成為戰後日本經濟成長的關鍵因素。日本所創造的大眾流行文化，如戲劇、音樂、動畫，都在亞洲各國，乃至世界各地，受到廣泛的歡迎。

據《古事記》和《日本書紀》記載，西元四世紀中期大和政權吸收了中國的高度物質文明；到了五世紀，由朝鮮半島傳入鐵器生產、制陶、紡織、金屬工藝、土木等，引領日本進入傳統工藝的世代，也奠定日後成為工藝王國的基石，發展至今日本傳統工藝之雕金、漆器、陶藝及織物技藝享譽國際。工藝除了是藝術與技術的結合表現，

也是文化內涵的表徵，日本的文化跟武士道的精神有深遠之影響，武士道的特徵：「義」、「勇」、「仁」、「禮」、「誠」、「名譽」、「忠義」、「克己」，對武士而言，沒有什麼比卑劣的行為與不當的舉止更令人厭惡，日本人嚴謹高度自我要求的民族意識，深遠影響著日本凡事以追求創造日本第一為目標，尤其是日本的工藝更是舉世聞名。

第二節 臺灣與日本藍染的起源與發展

壹、臺灣藍染的起源與發展

一、藍染的歷史起源

戰國時期《大戴禮記·勸學》：「青取之於藍，而青於藍」(戴德，1977：266)，意思指靛青染料是從藍草中提煉出來的，但顏色比藍草更深。先秦文獻中：《詩經·小雅·采芣》也提到「終朝采芣，不盈一擔」，意思指整個早上都在採集藍草，所採到的藍草連衣兜都裝不滿。根據後人的推測，其所採集的藍草主要是應用在布料的染色上。《禮記·月令》中提到，孟、仲、季春三月間，天子皆衣青衣、《詩經·鄭風·子衿》：「青青子衿，悠悠我心。青青子佩，悠悠我思」等，都記載著當時的先民使用青色為服飾染色。到了東漢時期的《說文解字》：「藍，染青草也」、「青，東方色也」(許慎撰、段玉裁注，1999：25)，可以看出『青』是代表藍色，是由藍草所染成的顏色。文學家趙岐寫作《藍賦》：「余就醫偃師，道經陳留，此境人皆以種藍、染紺為業。藍田彌望，黍稷不植。慨其遺本念末，遂作賦曰」，趙岐賦中提到當時農家不種穀物改種藍草以藍染為業，一望無際田地都種滿了藍草，認為是捨本逐末，只一味追求高利潤的經濟作物，可見當時藍染產業似乎已成為中原地區重要的經濟作物。可見植物染的發現在古書中已有許多的記載。

二、明清時期之藍染產業

17 世紀由於歐洲航海殖民主義興起，荷蘭人與西班牙人為謀取貿易經濟利益，先後分別佔領臺灣南北部，1662 年明末鄭成功以反清復明為由擊退荷蘭人(馬芬妹，2010)。根據 1736 年(清乾隆初年)黃叔瓚《臺海使槎錄》文獻記錄，

當時臺灣輸出至大陸貿易之出口品已有靛藍染料，顯見自 18 世紀起，栽種藍草及加工製造藍靛染料，已成為開發臺灣初期的重要產業之一。清乾隆 25 年（1760 年）廢止渡海禁令；乾隆 49 年（1784 年）開放泉州與鹿港對渡；乾隆 57 年（1792 年）更進一步開放淡水河口的八里對渡，造成泉州、漳州移民大增，先後大量入墾臺灣山林。來自福建、廣東沿海地區的移民，不只帶來農耕技術，也引進各項手工行業的生產技術與商業經營，在臺灣各地營生定居，更促進兩岸密切往來的貿易關係（蔡承豪，2002）。藍靛生產的顛峰期約在 1850 年代，鼎盛時期在北部地區一年的貿易量約 21 萬擔（大約 2100 萬斤），是當時海運出口品中最大宗的商品。1870 年以後，由於島內染布業興盛繁榮，藍靛改以供應島內為主，出口量下降。此書係 1897 年井上甚太郎所著《產業視察錄臺灣、北海道、沖繩、九州》，以產業調查為主，範圍包括了製糖、製茶、樟腦、金廣業、製藍等十二個項目，其中製藍排行第五，還在稻米產量之前。

三、清末藍染產業式微及沒落

1903 年根據《臺北廳志》提到：「大、小菁...產量微不足道，未達發達之域。」及統計了木藍的種植面積和產量，而馬藍方面則幾乎已無人種植（蔡承豪，2002）。1898 年五月二十一日《臺灣日日新報》有一則報導，內容涉及到了藍靛業的衰退轉變，內文抄錄如下：「艋津泉郊商行，其運輸出口者，以米、苧為大宗...北商之出口貨以靛藍為大宗。當其盛時，每年靛價五十萬圓。自茶市盛興，種殖者以栽靛之利少，不及種茶之利厚，於是靛園業務變而為茶園漸臻而廢墜。而上海甯波後又多贖廣東菁，及庄地之小藍，而臺菁亦漸貶價。今則臺地菁藍，一無一存，而北商之運輸者，大有如入寶山空手歸之嘆。而艋商之放債於各內山菁戶，至今被負不償者，不下百萬金圓，商務之虧莫甚於是，此艋商況之竭於物產也。1897 年因受到德國化學藍靛染料進口影響，造成了清末藍靛業衰退主要的原因。郭芬芝所著《臺北文物》中〈臺北懷古談〉有艋舺耆老說道：「到日據以後，外國染料源源湧入，把它沖掉，才沒有種」。

四、「臺灣藍」的復原

（一）臺灣藍染技術研究的重建

1985~1997年，工藝研究所技術組針對染織工坊的研究，1985年開始進行天然染色研究，先後完成黃色系、褐色系與紅色系的植物染色等基礎研究。1992年探查藍草的蹤跡，1994在屏東縣保力溪河床尋獲野生化植株，取得種子並於翌年開始育苗栽種，1995年起正式栽植復育木藍、山藍植物，並開始用木灰水自然發酵建藍，1997年工藝研究所完成「傳統藍染技法應用於天然纖維染色之研究」的研究報告。

（二）藍染工藝人才培育

2000~2010年工藝研究所，每年編列經費，規劃辦理藍染工藝人才的長期培訓計畫。包括藍染技藝研習會、進階藍染技藝與專題產品設計研習會。2006~2007年連續二年辦理「藍靛染藝與經緯梭織研習會班；2008~2010年辦理「藍白之美—型糊藍染技藝與設計研習會」，每期實施三個月，為期約40至48天的高階人才培訓計畫。

（三）辦理國際研討會

2004年舉辦「藍染文化國際研討會」邀請來自日、韓、美、泰、印度、孟加拉等六國以及臺灣之專家學者主講並發表論文；2007年舉辦「傳承與創新—臺日藍染文化講座研討會」，邀請著名教授學者，包括日本道明三保子、森義男、小橋川順市、北澤勇二、川人美洋子等5名藍染學者專家，以及臺灣藍染研究者4名，為期三天15場次的國際研討會，開啟了臺灣藍染國際交流的新紀元，讓「臺灣藍」綠色文化產業在20世紀末重現新曙光。

貳、日本德島阿波藍的起源與發展

德島除了阿波舞，最負盛名的莫過於有「JAPAN BLUE」美譽的「阿波藍」藍染，以天然植物，加上細膩工法的草木染織法聞名，與印度木藍、歐洲菘藍並駕齊名。在江戶時代，還為當時德島所在的阿波國帶來極大的輸出比例，即便今日仍堅守著使用國產天然染料、遵循傳統工法，也因此在日本一提到藍染，首屈一指的莫過於德島縣的阿波藍染。因採用灰汁發酵建藍的自然植物染（又稱草木染），不但水洗即可，且穿戴後也不易發臭，若以較久不穿戴的，以報紙包起也不會褪色。阿波藍最早源自德島山岳地方阿波忌部氏，平安時代為了替織線較粗的布料「荒妙」染色，開始在這

一帶大量種植、栽培染料所需要的蓼藍。戰國時代因武將們深信接近代表戰爭勝利(黑色)的「勝色」會帶來好運，因此刻意將藍色濃度調高，讓藍染工藝技術也跟著興盛起來。依據 1445 年「兵庫北關船入納帳」記載資料，有關藍染料出入的紀錄顯示，在室町時代(1338~1573 年)阿波藍已經有生產流通的情形。1585 年的江戶初期時，德島藩因設立各種優惠租稅制度條件，讓更多人投入藍染生產，不但讓藍染職人、商人在技術、輸出上更為精進及繁榮，更是帶動當時的經濟發展，成為當時藩政財政的主要支柱，也由於成為主力輸出物，棉花和木棉的普及化，加上染料、染生技術的更上一層樓，讓藍染事業一度供不應求，今日德島脇町老街區便是當年黃金歲月的最佳見證。明治 30 年(1896 年)藍染因敵不過自德國輸入的便宜化學染料而逐漸被取代，讓阿波染跟著進入衰退。近年來因現代人追求自然、健康的意識抬頭，近年來因現代人追求自然、健康的意識抬頭，天然染料的阿波染再度受到許多人重視及喜愛，甚至因應年輕人，推出更種時尚款式衣服或如內搭褲，以及各式各樣的藍染文創商品。

德島阿波藍享譽盛名的另主要原因，是因德島地區受到的地理與氣候影響，早期吉野川因夏季颱風來襲很容易氾濫，經常於稻作尚未收穫前，河川氾濫造成巨大災害及損害，因蓼藍作物正好在每年颱風來臨前即可收成完畢，且利用洪水帶來的土流可以肥沃土壤，德島的居民為了防洪、防災，就開始種蓼藍，藍草製作出的菜(すくも)，是全國品質最為優良的，一代傳給一代，成為德島正要的傳統產業。明治 29 年(1896 年)發行的「德島縣藍商號興盛收錄一覽表」(如圖 2-2-1)。表上共記載了 426 家藍商號的姓名。通常一家藍商號販售的阿波藍染料，是來自數家藍師傅製造的，在全盛時期德島大約有高達 1,500 位藍師，1800 間店製作藍靛。因為德島當地居民為了不讓別的地方學習此獨特技術，就一直守護著技術不外流，加上化學染料帶來的衝擊，現在目前只剩下 5 位藍師職人(全國 7 位)。

阿波藍的興盛期一直持續至 1903 年德島縣蓼藍作物栽種面積到達高峰期，生產總面積約達 150,000,000 平方公尺(15,000 公頃)。在高峰期之前，日本的阿波藍其實已有出現疲軟的情形。1902 年起日本已經開始進口印度植物染料及化學染料，因為相較之下容易、利潤高，大部分的店家都隨著改變，造成本國產藍染料之需求量大為降低。1966 年德島縣內蓼藍栽種的面積，根據統計僅剩下 40,000 平方公尺(4 公頃)。由於社會大眾對阿波藍文化發起保存振興運作，1967 年由德島縣政府支持下成立了

「阿波藍生產保存協會」，以及與阿波藍有關的團體協會支援（如圖 2-2-2），促使德島藍染種面積增加了 5 倍，讓傳統的阿波藍產業獲得了復甦的機會。

從 1978 年起至 1980 年阿波藍染料的銷售量，德島縣占全國 35%，由於歐洲化學合成藍染料進口之影響，1981 年起至 2005 年減為 30%，2005 年再降低至 23%，雖然總比率降低，但這段期間阿波藍染料的總生產量並沒有減少，雖然德島縣內的銷售量比例減少，但是德島縣外的阿波藍的使用量有增加，代表著日本全國各地已廣泛使用阿波藍染料。當德島遭受產業巨大變革影響之時，面臨阿波藍產業衰退之際，川人美洋子說：「有很多人是咬緊牙關，努力地苦熬過來」。在阿波藍染料生產量逐漸面臨減少的日子，有許多阿波藍的業者與相關工作者，為了保存獨特美麗的阿波藍仍然堅持而持續努力，踏實地將阿波藍文化產業持續傳承下去。

德島縣商號興盛一覽表

明治二十九年七月七日
大正二十九年七月七日
大正二十九年七月七日
大正二十九年七月七日

郡名	商號名稱	地址	業種
德島郡	德島商會	德島市	商會
鳴門郡	鳴門商會	鳴門市	商會
高松郡	高松商會	高松市	商會
三好郡	三好商會	三好市	商會
阿波郡	阿波商會	阿波市	商會
土佐郡	土佐商會	土佐市	商會
高松市	高松商會	高松市	商會
鳴門市	鳴門商會	鳴門市	商會
三好市	三好商會	三好市	商會
阿波市	阿波商會	阿波市	商會
土佐市	土佐商會	土佐市	商會

圖 2-2-1 1896 年（明治 29 年）發行的德島縣藍商號興盛收錄一覽表

資料來源：新居修氏提供，研究者翻拍，2018.05.12

蓼藍栽植面積 m^2

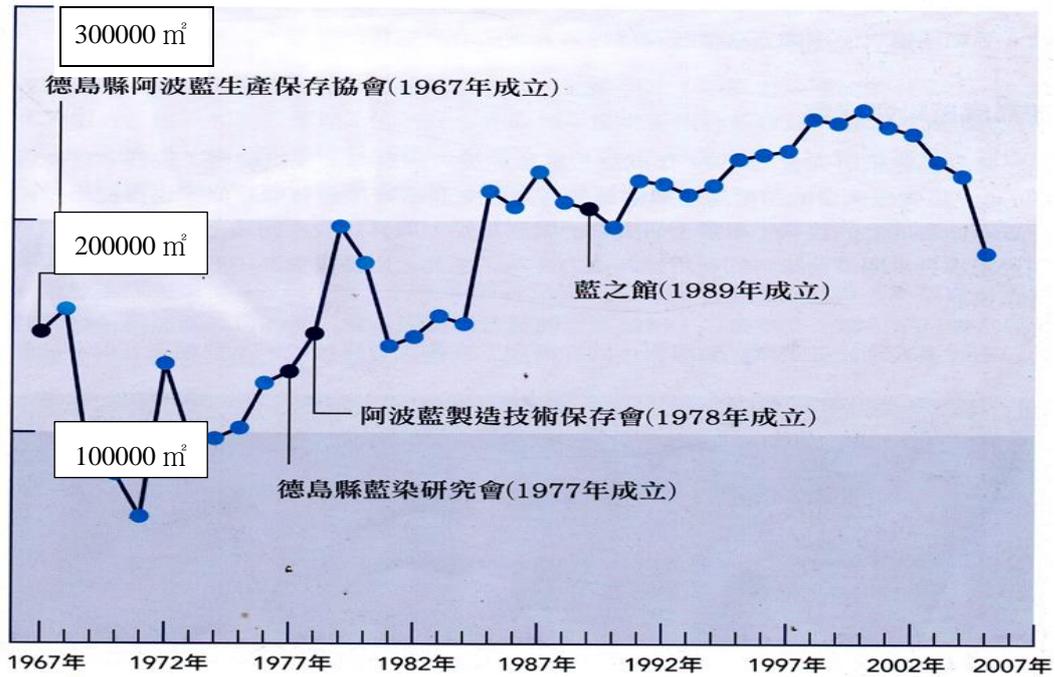


圖 2-2-2 德島縣政府組成振興部會

資料來源：川人美子（2016），研究者翻拍整理

第三節 臺灣與日本藍染的藍靛調製

壹、臺灣藍靛調製的方法

將藍草製成藍靛的記載最早出現於北魏時賈思勰的《齊民要術》書中所描述：「刈藍倒豎於坑中，下水，以木石鎮壓令沒。熱時一宿，冷時再宿，漉去荜，內汁於甕中。率十石甕，著石灰一斗五升，急手擘之，一食頃止。澄清，瀉去水，別作小坑，貯藍澱著坑中。候如強粥，還出甕中，藍澱成矣。」

臺灣山藍、木藍是採生葉浸水沉澱法之製靛技術，簡稱「沉澱法」，古稱「漚藍法」，過程經過「採藍」、「浸泡」、「打藍」、「製靛」、「建藍」及「養缸」等。沉澱法是將藍草浸泡後釋放出葉綠素，再倒入石灰乳，透過快速攪拌過程產生大量的泡沫接觸空氣氧化成非溶性的藍靛素（如圖 2-3-1）。

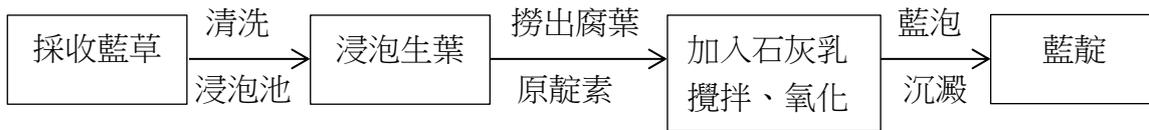


圖 2-3-1 沉澱法的製作藍靛過程

資料來源：研究者整理

一、藍草的種類：

(一) 山藍（馬藍、大菁）

爵床科馬藍，屬於亞熱帶植物，栽種於山區，適合生長於中低海拔暖潮濕的背陽山谷，又稱「山藍」，又因葉片大如手掌，被稱「大菁」，在沖繩馬藍古稱「唐藍」表示自中國引進，現稱「琉球藍」，冠上地名表示與日本內地生產的蓼藍不同。馬藍產地包括中國華東的浙江、福建、華南的雲貴地區、以及中南半島、臺灣中北、琉球群島等，都是馬藍重要的產地。馬藍以阡插條法栽植，易繁殖叢生於潮溼丘陵地雜樹林下或山溝溪旁的腐植土，花期秋季，花呈吊鐘形淺粉紫色。葉片乾燥時呈黑褐色，莖株多年生轉成蔓藤化植物，在臺灣馬藍每年初夏 6 月與初秋時可採收莖葉兩次，主要製作藍靛染料，藍靛可供精製「青黛」中藥粉，馬藍根莖可作「板藍根」中藥材，可供作為清熱、解毒、抗病毒等功效（如圖 2-3-2）。

(二) 木藍（小菁）

豆科木藍，屬於熱帶和亞熱帶植物，屬於向陽性多年生植物，耐旱耐濕，生長迅速，多栽植於寬闊平地或河川新生地。木藍以種子育苗，一年可以 2 至 3 穫。一般以兩年生後更新栽，日照充足極易繁殖，叢生如灌木林，莖幹迅速木質化，木藍羽狀葉片極小，約 11-13 片，穗狀花序呈紅色，莢果成熟成串，成熟葉片日晒乾燥時呈灰藍帶紅紫色，生長期約 4 個月花開前可採割莖葉製靛，木藍主要的產地包括亞洲的印度、印尼、中南美洲的薩爾瓦多、墨西哥、瓜地馬拉、秘魯，非洲的奈及利亞等地，以及中國的福建、廣東、

臺灣中南部。因葉片極小與馬藍大葉相對比，故稱為「小菁」，17 世紀因印度木藍染料盛產，大量銷至歐洲，所以木藍又稱為「印度藍」(如圖 2-3-3)。

(三) 蓼藍

蓼科蓼藍，屬於溫帶和亞熱帶植物，適合生長於高溫多溼沃土淤積的河川新生地。為撒種一年生草本藍染植物，有數種類，小一粉，赤莖小干本、青莖小干本、百貫等，花色分有紅、白色，中國大陸江南地區古稱「吳藍」。蓼藍初春播種，生長快速，腋芽分株茂盛，高約 60-80 公分，葉尖卵形，葉成熟微帶紅色，一年可兩穫，採收日晒乾燥後葉面轉呈藍色。隋唐之後中國各項染織工藝興盛逐漸東傳，隨著染色技法傳入韓國、日本等地(如圖 2-3-4)。

(四) 菘藍

十字花科菘藍，屬於溫帶植物，又名茶藍，菘藍因地理氣候關係，產量與品質皆不如前述三種藍草植物。外型類似油麻菜，以種子栽植，葉長橢圓形或長倒卵狀，春夏開黃花，圓錐花絮，大葉類似萵苣，呈青綠與粉綠色兩種，中國的菘藍又名「大青」，主要產於華北地區，分佈河北、天津、山東、遼東半島等。歐洲菘藍產於法國西北部及英國等地，另有「蝦夷大青」分佈日本北海道、韓國、中國東北地區(如圖 2-3-5)。



圖 2-3-2 山藍 (大菁)

資料來源：研究者拍攝，2018.4.17



圖 2-3-3 木藍 (小菁)

資料來源：研究者拍攝，2018.5.30



圖 2-3-4 蓼藍

資料來源：Buaisou 提供，2018.05.12



圖 2-3-5 菘藍

資料來源：臺灣工藝研究所提供

二、採藍

山藍的藍色素主要分布於葉面，成熟之藍草葉片含有水溶性原靛素(Indican)，藍草於葉片厚熟且未開花前採割，在採藍時節，最好趁清晨露水未乾前採收，避免太陽出來使生葉凋萎，影響色素的含量。卓也藍染之山藍每年至少可收穫兩期，第一次在五月底至六、七月間，第二次在十月至十二月間，一天的藍草採收量可達 600-750 公斤。

三、浸泡

藍草經過秤重及清洗葉子後置入山泉水中浸泡，浸泡藍草目的為使之溶出內含的藍靛素。準備大型桶子將藍草莖葉完全浸泡於水中，為使藍草充分浸泡溶出色素，需不時將浸葉加以翻動並於上方加置重物，藍草才能釋放出青綠色液(Indoxyl)，浸泡時間視氣溫與葉量而定，夏初與秋初約 36-48 小時，盛夏約 24-36 小時，浸泡時間不足會浪費色素，但浸泡過久則容易造成異性發酵，原靛素會隨著浸泡時間過長而分解，導致染料的產量減少及影響藍靛的色澤。俟浸葉轉成黃褐色後撈出腐葉，藍草腐葉可供作優良之有機堆肥原料，是山上土壤最佳之改良劑。臺灣早期菁商於山區採收山藍後為避免藍草經長時間的曝曬而導致靛

藍素的減少，另外考量浸泡桶運至山區之不便，於是就地取材，尋找靠近水源挖掘土坑充作浸泡池，作為藍草浸泡發酵的場地即稱為「菁譽池」²。

四、打藍

將浸泡的腐葉撈出過篩濾雜後放入打藍池中，同時備好葉重的 1.5-2.5% 消石灰，消石灰經過篩後加入適量的水攪拌成石灰乳，消石灰實際的比例會因藍草生葉的品質及色素含量的差異，以及石灰品質需調整比例，因使用的藍草色素不一以及石灰含鈣量不一，造成比例無法標準化，因此成為打藍的一大挑戰。將石灰乳倒入藍液池中以電動攪拌器快速攪動浸泡液，瞬間浸泡液轉成土黃色，逐漸轉成黃綠色，再轉成暗綠色。讓水溶性原靛素與空氣接觸產生氧化作用並與石灰乳結合，並且透過快速用力攪拌的過程產生大量的泡沫接觸更多的空氣產生氧化反應轉變成「藍靛素」。打靛時藍色泡沫粒子變大，會增加體積，泡沫氧化時間愈久，顏色愈鮮艷。攪拌至藍色泡沫下沉不再升高且浸泡液變成深藍色，表面泡沫變成灰藍色時即可停止攪拌完成打藍，攪拌時間時間約 20 至 30 分鐘。

五、製靛

藍液靜置一晚，等非溶性藍靛沉澱於池底，因石灰中的鈣離子與藍靛素結合，比重大的藍靛會沉澱於底層，次日將上方茶水色透明水液倒除，將底層藍色沉澱液取出以粗胚布過濾水份即成為膏泥狀的藍靛染料，最後將藍靛染料裝罐，封前可加入米酒以阻絕空氣及預防藍靛腐壞變質（如圖 2-3-6）。

六、建藍

藍靛染料是屬於「非溶性」是無法直接染色，必須先將其還原成墨綠色染液才具有染著性，稱為「還原性染料」（如圖 2-3-7）。傳統還原藍靛染料必先使染液成為鹼性才能產生發酵還原，天然鹼劑最佳來源是使用木灰水，PH 值 12~13 最適合建置染缸，天然木灰水含有很高的鉀、鈉等水溶性金屬元素，利用高鹼性來溶解藍靛染料，另外木灰水也含有鈣、矽、鋁、鎂等元素，具有很好的緩衝作用。另外建藍必備的還原劑，就是酒糟及小麥皮或麥芽糖、糖蜜藍等靛的營養品，醱類經過水解後會產生乳酸，是藍染缸內發酵菌繁殖增生的營養源，促使藍靛染

²菁譽池是藍澱的製造廠，大部分設在引水方便的溪谷旁，有引入清水進入浸泡池的灌水口，還有從浸泡池內的藍液流入沉澱池的流水孔，以及將沉澱池上層澄清液排出的排水口，一般浸泡池呈圓形。

料還原成隱性的染液，才能將顏色染著於天然纖維上。藍菌最佳生長繁殖的溫度大約是 26-35 度之間，冬天寒流來襲為了幫染缸保溫，會將染缸 1/3 埋進土裡或使用火爐、棉被或使用加溫棒來持溫。



圖 2-3-6 卓也藍靛

資料來源：研究者拍攝，2018.4.17



圖 2-3-7 卓也建藍

資料來源：研究者拍攝，2018.4.17

泥狀的藍靛染料不溶於水，無法直接染色，需將其還原成隱色性染液，才具有染著性。儲備 PH12 以上鹼水。利用過篩過的硬木灰沖熱水製作鹼水加入染缸中 7-8 分滿 投入藍靛再加入與可幫助染液發酵的營養劑像麥芽糖 米酒，如此晨昏定省的攪拌使母菌活絡，再加以細心照顧留意環境變化，並適時的加入營養劑補充母菌能量，等待發酵及還原成隱色性染液，才能做為藍靛染料，利用木灰水建藍還原是製作染液很重要的過程（如圖 2-3-8）。

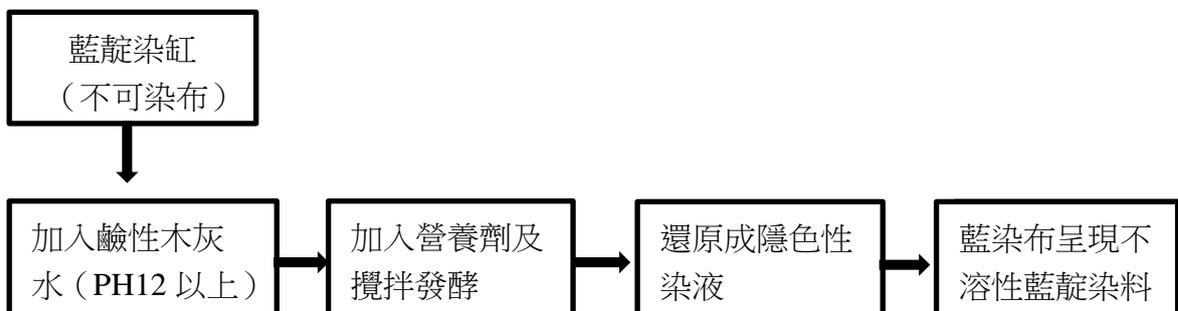


圖 2-3-8 傳統木灰水建藍還原過程

資料來源：研究者自繪

藍草可提煉靛藍素是因為植物本身皆存有一種名為「尿藍母」(indican)的成分，結構中因含有一個葡萄糖，在鹼液中進行發酵時會產生吲哚酚(indoxyl)的分子，經過氧化反應而形成靛藍(如圖 2-3-9)。

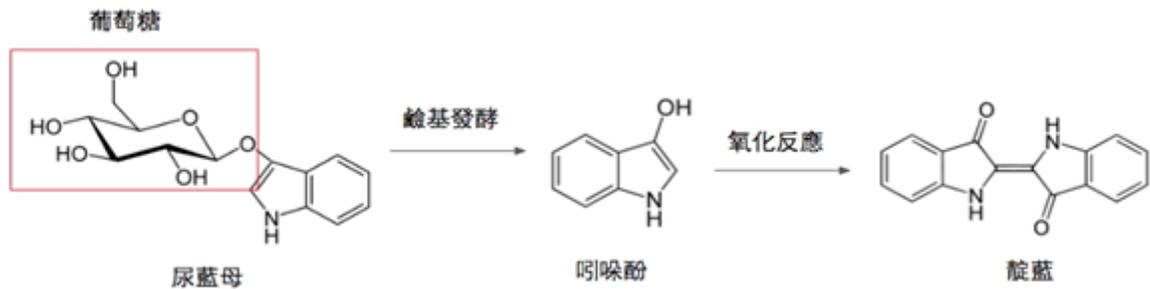


圖 2-3-9 藍靛製作之化學反應圖

資料來源：王琪羿、高貫洲（2017），研究者整理

七、養缸

因為藍靛是屬於天然的植物染料，所以每天會隨著溫度及濕度變化不一。建藍之後必須隨時注意是否將染液照顧妥當，每天的呵護攪拌絕不可少，以及留意氣溫和酸鹼度的變化。染液一旦進行多量染色後，藍泡沫會減少，染液的濃度也會降低，還原力就會減弱，染色度也會較差，必須等待數日慢慢發酵或再補充營養劑，使其逐漸還原才能再染色，如果染缸照顧的好是可以一直重覆使用的。

若要製作出優質的藍靛並非一件容易的事，以木灰水傳統建藍還原技法，除了「溫度」「PH 值」、「還原劑」三種條件要能有好的媒合，以及攪拌管理之外，製作過程還會受到天候、濕度、時間、手感的影響而造成藍靛品質的不穩定。

八、藍靛品質之鑑別

有關藍靛品質的鑑別，依據（馬芬妹，2016）初步可採用直接觀察法，每一種藍染料以 3-5 支圓竹棒，分別插入膏狀藍泥的底層，然後取出沾有藍泥的圓竹棒，觀察附著於竹棒上的藍色素。再將各竹棒橫滾抹塗於吸水性佳的白色的厚棉紙上，等到呈現半乾燥狀態後，觀察比較其色澤與乾燥速度，並且觀察出該罐藍染料的顏色與濃度，顏色愈飽和，濃度愈高，色澤愈鮮艷的藍靛品質愈優質。另

外可利用儀器做檢測分析，使用索氏提取器和紫外光/可見光分光譜儀，進行檢測其步驟如下：先秤約 0.1 克樣本 (wt) 置於乾的濾紙筒 (thimble) 中，利用於索氏提取器抽提 48 小時後，精量接收瓶中溶液的體積 (V)，取一些溶液利用紫外光/可見光分光譜儀 (UV-VIS Spectrophotometer) 即可測得其吸收值 (A)。將抽取後接收瓶中溶液的體積及吸收值，代入 $A = \epsilon bc = (\epsilon \times b \times wt) / M \times V$ ，即可計算得藍靛素的含量 (如圖 2-3-10)。



圖 2-3-10 儀器分析藍靛素步驟圖

資料來源：馬芬妹 (2016)，研究者自繪

貳、日本藍靛調製的方法

日本德島蓼藍採乾葉堆積發酵法之製靛技術，簡稱「發酵法」。

一、整地和施肥土壤

一月至四月是製作土壤的期間 BUAISOU 是利用豬的糞便作為土壤的肥料，一方面改變土質，一方面則增加土壤的營養成分 (如圖 2-3-11)。

二、播種

播種三月至五月是適合播種時節，每年三月 BUAISOU 團隊會選一個大安吉日作為播種之敬神祈天儀式，將蓼藍的種子撒在苗床上，然後再輕輕覆上細沙蓋住種子。約 1 個月後小苗發芽，長至 2~3cm 高時就需要疏苗，並需要澆水使苗床土壤保持柔軟 (如圖 2-3-12)。



圖 2-3-11 BUAISOU 整地

資料來源：楮覺郎提供，2018.5.12



圖 2-3-12 BUAISOU 苗床

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12

三、蓼藍苗定植

四月至六月當苗株生長至 20cm 高時準備移植定植，移植時一次拔取 4-5 株苗，束成各把以稻草蓆包覆，保持根部水分移到藍田定植，定植後需要澆水及除草，並保持土壤之濕度（如圖 2-3-13）。

四、收割及碎葉處理

六月至九月苗株通常自六月份開始進行第一次收割，之後藍草會繼續生長，八月中再進行第二次，一年可收割兩次蓼藍葉。蓼藍收割後立即移至作業場，使用切斷機將整株蓼藍切成小段，切段的蓼藍由傳送帶送上方裝置有大型吹風機的出口處，將藍葉吹起飛揚，因藍草碎葉較輕之故，所以吹至遠處才落下，莖枝較重則落於近處，以此方法分選出葉子和莖枝，收集碎葉後鋪散於廣闊庭院，利用強烈陽光曝曬使之乾燥，曬葉過程不時以竹掃帚掃動碎藍葉，翻面讓空氣進入葉子的裡側，使其充分乾燥，藍葉若沒有充分乾燥，則無法製造出好的藍靛品質（如圖 2-3-14）。



圖 2-3-13 BUAISOU 蓼藍苗定植

資料來源：楮覺郎提供，2018.5.12



圖 2-3-14 BUAISOU 碎葉處理

資料來源：楮覺郎提供，2018.5.12

五、堆積灑水發酵作業

九月將曬乾的藍草裝入稻草蓆縫合而成的大草袋（**zukin**）暫時存置。到了九月之後會將存置的葉藍移至「寢床（**netoko**）」的土臺，發酵土臺會先鋪疊一層細石再鋪上細沙、稻殼最後上方再覆上一層粘土，同時發酵室一定要開設換氣窗保持通風發散熱氣。阿波藍染料是以堆積發酵法進行加工，一個發酵臺大約可堆積 3000~3750kg 的葉藍，攪拌灑水後上覆稻草袋使其悶熱發酵。翻堆作業重複 4 次後再加入第二次收割的乾燥葉藍一起混合發酵。過程中最重要的任務是「灑水」（水打ち **mizuuchi**）作業，德島阿波藍全盛時期，灑水是由「水師傅」專門職人掌管這項工作（如圖 2-3-15）。

六、篩通及裝袋作業

十月至隔年二月，堆積的蓼藍碎葉因升溫發酵開始分解葉脈纖維，為防止溫度太高及結成團塊而影響藍靛發酵不均勻，使用竹製方孔藍進行染料的篩疏作業，稱作「篩通」（通し **tooshi**）。11 月中開始進行一週 1 回「翻堆」，每進行 1 次翻堆就要再進行 1 次篩通，大約需要反覆進行 18-20 回（100~120 天）翻堆作業，阿波藍才會發酵完成，稱為「菜すくも」，最後藍靛以一俵（56.25 公斤）進行裝入稻草袋後再運送至日本全國各地銷售（如圖 2-3-16）。



圖 2-3-15 BUAISOU 翻堆作業

資料來源：楮覺郎提供，2018.5.12



圖 2-3-16 BUAISOU 染すくも

資料來源：楮覺郎提供，2018.5.12

阿波藍染料的品質鑑別方法可採直接觀察法及手板法（如圖 2-3-17），其中以手板法是比較具客觀性及公信力的判斷方法。直接觀察法對有經驗的藍師而言，從阿波藍發酵後的顏色以及散發出來的味道，就可知道染すくもの品質，色澤愈鮮豔，蓼藍發酵味道愈濃郁就可鑑別是優質的品質。另外手板法是利用手板箱、刮片的木篋、水碗、手板紙、文鎮、鋪板等道具，鑑別者取少量阿波藍染料置於左手掌，用木篋取數滴水加入搓揉阿波藍染料，接著以右手大拇指充分搓揉阿波藍染料搓成圓棒狀，再加少許水用右手將棒狀阿波藍染料立起，在掌心來回搓揉，此時流出濃厚的藍液，同時以右手取木篋將藍液仔細攪拌，讓藍液集中於木篋的尖端，再將木篋直立。此時可以看到藍液順著木篋往下流，從其流下速度確認藍液的粘度。

其次將手掌上的藍液抹在圓棒狀阿波藍染料的前端，用這前端壓印置於手板箱上的加賀半紙。舊藍商依據壓印於手板紙（如圖 2-3-18）所顯示藍染料色彩與光澤、還有手掌握到染料的彈性感覺或是藍液流動的粘度等，判斷評定染料品質的優劣，再訂定買賣價格。從手板紙壓出的色澤，可以明顯判別染料濃度的差別。

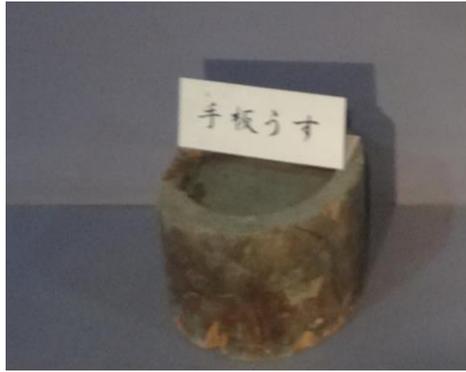


圖 2-3-17 藍之館-手板筒

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11

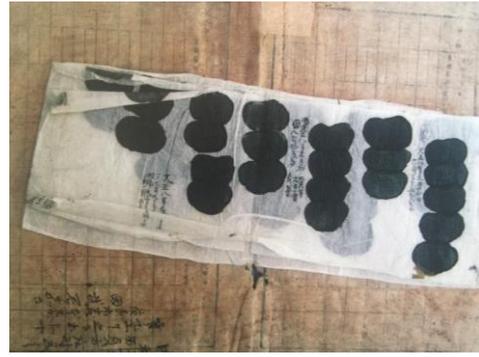


圖 2-3-18 藍之館-手板紙

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11

七、建藍製法

BUAISOU 是採「地獄建」，代表著選擇用這種方式來做藍染，是一種非常困難的發酵建藍技法，有如地獄般的考驗。發酵建藍過程需要繁殖還原菌的微生物，利用菌寶寶產生還原酵素，還原酵素所產生的活化，才能促使藍染液中的藍靛素成分保持還原，蓼藍乾燥碎葉堆積發酵高溫的生殖細胞孢子就是還原菌，加入 PH11~12 性鹼木灰水是促進藍靛素的還原，貝灰主要幫助藍靛素的附著，麥麩主要功用是促進藍液發酵提供菌寶寶的營養素。染缸以埋缸方式埋在土床，中央挖洞稱為「火壺」，冬天時藍染需要維持 20 度左右，溫暖藍缸才能使藍染液保持還原作用。藍靛調製過程因受天候、溫度、濕度、時間、鹼度、手感等影響，即使有幾百次的成功，也不代表下一次就能成功。建藍除了「菜すくも」主角之外，很重要的配角就是「木灰」、「貝灰」「麥麩」等缺一不可（如表 2-3-1）。

表 2-3-1 Buaisou 發酵建藍調法

工序	材料	份量
1.調製入缸（仕込）	阿波藍	8.4Kg
	木灰水	36L
	貝灰	150g
	麥麩	150g
2.中段消貝灰（中石）	貝灰	90g
3.木灰水滿缸（上口）	木灰水	36L
4.末段貝灰（止石）	貝灰	60Kg

資料來源：Buaisou 楮覺郎口述於 2018 年 5 月 12 日，研究者整理。

第四節 臺灣與日本藍染的染色技藝

壹、臺灣藍染的染色技藝

染色技藝包含了技術、技巧、工法、流程及圖紋設計等。技法是進入專業必備的基本能力。染纈技法自唐代三纈（絞纈、夾纈、臈纈）及宋代灰纈等技法，至今仍為後人染色文化重要的標竿。臺灣早期傳統染坊僅從事素染生產，但因應時代的變遷，工藝會以創新元素，文化內涵以及融合藝術之美，以創造商品的價值（陳景林，2004：45）。藍染的染纈技法主要以絞染、夾染、型染、蠟染為四大技法，各類技法皆有其獨特性及藝術之美感。臺灣藍染染色技藝參考：（卓也藍染）（馬芬妹，1997；1999）。

一、素染

將白布反覆浸染，因染缸染液濃度不同，施以深淺濃淡之素染。

染色步驟：白布充分泡水擠乾→入染缸浸染→氧化→浸染。重複以上步驟數十次，直至達到顏色飽和被纖維所吸附，並達到目的之色階。

二、絞染

古稱絞纈、紮纈、撮纈或靛纈，如今多稱紮染或絞染，是以綁繞、縫絞、打結等外力擠壓、抽拉、束縛染布而成紋樣，因染液滲透不同產生渲染效果。柔軟布質用針線等，或縫或紮結防染所需之紋路，經過反覆浸染暈渲滲染層次美妙。

染色步驟：縫紮絞結防染→入染缸重複浸染→拆除防染的綁線→成品完成浸染（如圖 2-4-1）。

三、版夾藍染「夾纈」

夾染古稱夾纈、袂纈或夾結，將白布反覆對折，夾於兩片相同圖案木雕板浸染，造型圖案對稱。染色步驟：反覆摺布→綁夾具防染→重複浸染→拆除夾具→成品完成（如圖 2-4-2）。



圖 2-4-1 絞染-朱真鶯作品

資料來源：研究者拍攝，2017.3.12



圖 2-4-2 夾染-研究者作品

資料來源：研究者拍攝，2018.4.18

四、型糊藍染「灰纈」

「型染」古稱灰纈，即以鏤空圖案雕刻型版，再將完成的型版覆於染布上，將黃豆糊或糯米糊刮防染糊，待刮印糊料乾固後即可將染布浸染，又稱藍印花。染色步驟：構圖設計並雕刻型版→調製糊料刮漿上糊料防染→反覆浸染吊染→除糊晾洗→成品完成（如圖 2-4-3）。

五、畫蠟防染「蠟纈」

「蠟染」就是以蠟防染的工藝，古代稱蠟纈。在上蠟時主要筆刷繪、蠟刀描及模印等方式。以蠟做為防染材料，依所需不同效果，將蜂蠟、木蠟或石蠟加熱，利用筆或其他描蠟工具，繪點描圖案線條於布上防染。染色步驟：上蠟防染→反覆浸染吊染以熱水除蠟→成品完成（如圖 2-4-4）。



圖 2-4-3 型染-卓也作品

資料來源：研究者拍攝，2018.4.17



圖 2-4-4 蠟染-三峽染工坊作品

資料來源：研究者拍攝，2017.3.12

「紮纈藍染」、「版夾藍染」、「型糊藍染」、「畫蠟防染」是臺灣藍染四大技法，目前業者技法應用於棉、麻、絲、毛、葛布等天然纖維之染色。不同的技法可同時應用於商品的創作上，讓商品的圖紋更顯豐富及創意。

貳、日本藍染的染色技藝

傳統法發酵建化的阿波藍染液，其染液的藍靛素粒子較大，因還原作用緩慢浸透性弱一些，形成藍靛粒子多量聚集在被染物的纖維表面，其結果造成阿波藍染色布的彩度和鮮明度較高，這種現象是形成阿波藍色彩的獨特魅力之一(川人美洋子，2016：76)。阿波藍的染色是透過浸染和氧化一次工序，透過重覆浸染染出不同濃淡的藍色彩與圖案。阿波藍染色技法有段染、型染、蠟染、絞染、緋染織物及友禪染等染技(川人美洋子，2010)。

一、段染

段染最適合初學者最簡單的方法，將白胚布展開浸入藍染液至布端下方約 10 公分處，之後將布提上來接觸空氣氧化，接者再度浸染至原下方的 5 公分處，再將布提上來接觸空氣氧化。將布水洗乾燥後最下方 5 公分處呈現深藍色，5~10 公分處呈現淡藍色，最上方則是白色，如此便是 3 色的藍段染，各染色次數差異愈大，深淺色之間的差異就愈明顯(如圖 2-4-5)。

二、型染

型染是採用柿汁型紙產生圖案的防染方法，首先在型紙上雕刻鏤空圖案，然後將鏤空型紙置於白布上，以刮板（木篋）挖取有粘度的防染糊劑佈上。將型紙取下，待防染糊乾燥後，攤開布浸入藍染液染色，取出氧化，重覆浸染與氧化工序，一直染至中意的藍色後再水洗除糊劑，原佈糊處即為白色圖紋（如圖 2-4-6）。

三、蠟染

使用蜜蠟或石蠟做防染劑。採用銅製蠟壺筆舀入高溫熔解的蠟液，持蠟壺筆在天然材質上繪圖，防染再行藍染，因固化的蠟並無法像澱粉糊劑不會溶於水，因此需要用熱水煮溶除蠟，需要特別的手工處理技術。畫蠟防染可以表現防染糊無法表現的龜裂特色，不規則的裂紋是蠟染獨特之染技效果（如圖 2-4-7）。

四、絞染

絞染是將布糾結紮成大小粒狀，或採用木板夾或是繩線束緊包綁的防染方法。染色之後拆藍解防染的板夾或繩線就顯出絞染圖案。絞染與糊防染或畫蠟防染不同是，染色後只要拆解水洗就完成，不需要特別的後續處理。絞染很難有再現性，無法像型染能重複連續性圖案，但是很容易表現創作者的個性，因此從初學者至熟練者，都能夠廣泛應用絞染技法盡情地表現藍染圖案。世界各地流傳各式各樣的絞染技法，唯獨阿波藍絞染技法於染色圖案的邊際會產生獨特的滲染，講究這纖細感覺正是日本人特有的細膩與感性（如圖 2-4-8）。

五、阿波緞織物染

是平織與緯畝織混合的棉織物。此種織物時的特色是利用較硬實的平織與較鬆軟的畝織的組織，織好後以熱水處理去漿，布面因組織結構不同而造成收縮差異的現象，鬆軟畝織的部分出現細微皺褶，稱為織物，紗線先染色後再製織的物（如圖 2-4-9）。

六、友禪染

友禪染又稱繪染，最初是指宮崎友禪齋將扇繪應用於染布上色所發展出的獨特形式，其特點不僅繼承以往的技術，更是以豐富的色彩和自由的繪畫，將所思所想的優美構圖染在布上，是突破傳統的一種新技術，多彩、高貴、華麗是友禪染的特徵。其工序首先由染匠設計後將布料上描繪圖案輪廓，再使用糯米漿糊為防染劑描繪準確的輪廓線，框起來的圖案內用毛筆及刷毛將染料染上去，利用蒸

氣使染料附著在素布上避免褪色，再經過水質清澈乾淨的河川將多餘的漿糊與染料漂洗，最後加工裝飾即成為華麗的友禪染作品。(如圖 2-4-10)。



圖 2-4-5 段染-古庄紀治作品

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12

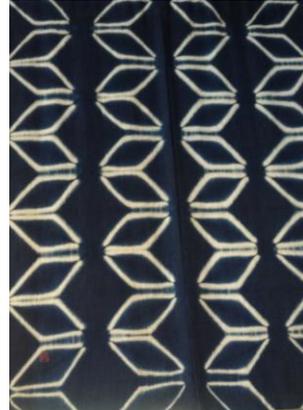


圖 2-4-6 型染-藍之館

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11

上述是日本藍染主要運用之染技，染布時也會利用「筒描」防染技法繪畫出充滿展性且具有躍動感的大型圖案，或利用「絣織」、「刺子」、「貼花」、「接合」、「裂織」等各種技法組合，將染技運用於藝術性的創作，讓日本的織物工藝享譽聞名。



圖 2-4-7 絞染-Buaisou 作品

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12



圖 2-4-8 蠟染-古庄紀治作品

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12



圖 2-4-9 阿波緞織物染-藍之館

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 2-4-10 友禪染-京友禪作品

資料來源：研究者翻拍，2018.5.11

第三章 臺日藍染傳統工藝產業發展現況之探討

臺灣與日本的藍染產業曾經分別為明清年間與江戶時代發展為非常重要的產業。臺灣曾經有工藝王國之稱，因為工藝產業十分發達，但由工業時代的來臨，手工製品大都被機器量化生產所取代，因為傳統工藝產業是憑靠手工打造，辛苦又複雜，往往需要耗費很多工時與人力，生產的數量又少，不符經濟成本，所以大部分的年輕人不願意投入傳承，甚至許多匠師因為自己經營的很辛苦，所以不希望自己的後代接繼家業，所以目前從事傳統工藝產業大都是上了年紀的人在做，高齡化的問題日趨嚴重。藍染產業亦同樣面臨產業式微的問題，加上歐洲化學染料進口的衝擊，普遍造成全球藍染產業之衰退，研究者藉由田調對臺日二地藍染產業進行調查，希望對臺日之藍染傳統工藝產業目前發展之現況進一步瞭解。

第一節 臺灣藍染傳統工藝產業發展之現況

有關臺灣藍染傳統工藝產業的發展，張慧貞（2012）提到北部的藍染在社區總體營造計畫興起後，由文史工作者重建而帶入社區發展；南投地區是在 921 地震之後，從植物熱染轉為藍染，作為在地失業婦女的謀生技藝；南部則因美濃地區結合傳統客家藍衫獨特的文化，才帶動藍染工藝的發展。藍染產業的發展是由來自臺灣工藝研究所結訓之學員，陸續於北中南各地成立小型工坊，運用培訓課程的專業知識及進階技藝訓練，自行開發製作藍染生活產品，或利用農地栽種山藍、木藍，生產藍靛染料自用或出售。目前臺灣藍染產業發展的現況，業者的經營模式主要是以「個人工作室」、「文化團體組織」以及「產業企業化」等經營模式。

壹、臺灣藍染產業業者之介紹

一、「三峽藍染生活工坊」

三峽藍染生活工坊是屬於個人工坊型的經營模式。業者朱匠師今年 68 歲，18 歲商職畢業後放棄金融銀行員之工作，選擇跟老師學工藝，20 歲開始陸續擔任救國團、婦女會及學校的工藝老師，是一位從事傳統工藝超過 40 年以上的匠師。2002 年參加工藝所在三峽開辦的藍染培訓課程後，於 2004 年和六位有志於推廣藍染的同好，共同組成「三峽藍染生活工坊」，後來當年共創工坊的夥伴，因故陸續離開，只留下朱匠師一人經營個人工坊。是什麼原因讓她堅持到如今呢？朱匠師說：

因為我從年輕就熱愛手工藝，做手工藝已經陪伴了我將近 50 年，已經有了深厚的感情，雖然做手工藝很辛苦，賺的錢又很少，但是還是要堅持下去，不然就消失不見了。喜歡藍染是因為它不但是老祖宗留下來的智慧，在染完每一塊布料攤開後，都是一個驚喜，每一件作品都是獨一無二的藝術作品，自己很喜歡（訪談紀錄，T01-20170312）。

工坊的藍染商品比較不講求時尚或流行，都是以生活用品，實用的為主，像帽子和包包就賣的比較好。工坊也力求開創藍染工藝發展的新契機，利用整合三峽文化資源、結合地方環境特色，規劃「藍染采風之旅」套裝行程以及舉辦「藍染主題遊學」活動，頗受外地遊客好評（如圖 3-1-1）。工坊的主要營業項目是以遊覽車來的遊客和學校教學 DIY 體驗為主。朱匠師認為工坊的競爭優勢，在於本身是工匠出身，所以工藝比較精細也比較紮實，雖然客人不多，但是喜歡朱匠師創作手藝的人往往也以購買來代表支持（如 3-1-2）。

工坊在經營上所面臨的困難，朱匠師提到：

因為做手工藝這行很辛苦，所以年輕人不願意學也不願意做，後繼無人。還有就是工坊面積小比較不起眼，大的團體比較不會找我，如果有機會接團體的體驗活動，就必須向客家文化園區借場地，費用不便宜也不划算。因為藍染是手工又是天然的東西，成本比較高，相對價格也會比較貴，所以顧客就少。每年只拿到政府給的 DIY 材料費 2 萬元，

因為政府資源都是給特定團體，我們小工坊什麼資源都沒有，而且因為這個行業市場原本就小，同業間又會相互惡性競爭，所以做起來是蠻辛苦的（訪談紀錄，T01-20170312）。

朱匠師一語道破藍染業者的心情。



圖 3-1-1 三峽藍染生活工場

資料來源：研究者拍攝，2017.3.12



圖 3-1-2 藍染-三峽藍染生活工場

資料來源：研究者拍攝，2017.3.12

二、「三峽染工場」

1987 年在文建會推動社區總體營造運動之影響下，一群三峽熱愛鄉土人士共同成立了三角湧文化協進會，為了保存三峽的傳統文化與建物古蹟，並且以「尋找失落的三峽染」為目的，希望復原傳統藍染的風華。1999 年在臺灣工藝研究所的輔導下，從瞭解山藍植物生長環境，採摘藍草與製靛加工技術之復原，由馬芬妹及陳景林二位指導成立「三峽染技術團隊」，陳老師常常帶著協會會員上山採割野生山藍，藍靛的製作及染布技藝的研究。2001 年三角湧文化協進會成立「三峽染工場」。2002 年由協會名義舉辦第一屆地方藍染文化節活動，獲得三峽鎮公所的大力支持，協會承租舊公所的閒置空間做為藍染推廣據點。

三峽染工場為了有效提升產能，採取分工合作，藍靛染料來源由前協會理事長專門生產販售給染工場，染工場的體驗活動與門市店面由協會的會員輪流擔任。染工場除了以棉、麻、毛做為商品的主要染材，也嘗試研發皮革素材之藍染，希

望商品以朝向創意商品為開發（如圖 3-1-3、圖 3-1-4）。三峽染工坊每年運用專案計畫補助辦理各種藍染技藝研習與專題講座培訓人才，以藍染成果展覽吸引民眾並擴大交流，並經常接受媒體採訪報導。外表看似運作正常的協會，其實面臨最大的問題是缺乏新血，後繼無人：

 工坊的成員大部分都是協會比較有參與的會員，主要是社區媽媽和退休人員，協會會員平均年齡超過 50 歲以上，雖然以前有開放大學生來工坊實習，但都是為了功課來的，對工坊的幫助不大，因為協會沒有固定的收入，所以目前來幫忙的都只能給鐘點費，協會還沒有能力每月支付 22K，年輕人也不會想在這裡工作（訪談紀錄，T02-20180228）。

目前協會在經營染工坊面臨最大的挑戰，劉總幹事提到：

 工坊遇到最大的困難是協會沒有屬於自己固定的地方，必須向公所標歷史文物館使用，每三年一標，如果沒有得標到就必須搬到別的地方，場所不固定，是工坊最大的問題。另外同業間相互扯後腿，會員離開出去另成立工坊，反而回來跟協會惡性競爭搶資源，大家為了生存，有時候弄得很不愉快（訪談紀錄，T02-20180228）。

除了沒有固定根據地，寄人籬下，遇到協會成員向心力不足，另起爐灶或另攀高枝，反而成為競爭對手。



圖 3-1-3 藍染-三峽染工坊

資料來源：研究者拍攝，2017.3.12



圖 3-1-4 藍染-三峽染工坊

資料來源：研究者拍攝，2017.3.12

三、「苗栗三義卓也小屋藍染園區」

卓也小屋藍染園區位於苗栗縣三義鄉，由出身於農學背景的卓先生和鄭老師夫婦，先後費了 16 年的時間，陸續建造了有機農場、山居民宿、養生餐廳、藍染工坊、工藝小舖及藍草園區等複合式的休閒企業。三義雙潭丘陵地多霧潮濕，非常適合山藍植物生長，鄭老師認為卓也小屋推廣民宿和餐廳應該要有產業的結合，因為藍染與農業有關，於是於 2004 年報名參加臺灣工藝研究所辦理的藍染工藝人才培訓課程，2005 年成立「草木染手工坊」，因為當時還在學校執教的她，一邊在學校上課，一邊學做藍染，當年的體驗工坊是交由馬老師的學生來幫忙經營，直到退休後，自己接手工坊時就一直想將藍染發展成產業，讓藍染成為卓也小屋的特色主題園區，所以創立卓也小屋品牌，專業生產製造系列藍染產品，打造卓也小屋自有品牌—「卓也藍染」。目前卓也藍染部門大約有 17 位員工，包括美術系畢業的小兒子在內，部門員工是平均年齡約 30 歲左右的年輕團隊。起初鄭老師將藍染工坊轉變為企業化經營時，負責人卓先生說：

她每次只要想做一件事，就會不計一切後果的拼命做。她沒有財務概念、不懂市場、也不在意世俗眼光，只管值不值得做，她就是這樣任性。約十年前莫名其妙的接觸了一種叫「藍染」的工藝，於是這段既艱辛又充滿驚奇的旅程就這樣欲罷不能的展開了。藍染講起來很簡單，就

是用植物將布染成藍色這件事，但真正做起來才知道「有夠困難」。因為我們兩個傻蛋，是將工藝當成產業在做，從自己種大菁開始到採藍、打藍、建藍、染布，甚至後續的商品規劃設計、品牌行銷、展店管理……。這是一個從沒有人敢嘗試的方式，所以初期我們投入非常多的金錢和心力，換來的卻是各種不同狀況的挫折，後來隨著技術的突破、藍草染料增加、染色的穩定、成品的產出、品牌形象的建立與行銷統整合，讓原本已走下坡的農業休閒產業，逆勢上揚（訪談紀錄，T05-20180530）。

藍染產業在臺灣其它縣市已成風氣，但在苗栗地區仍屬起步階段，鄭老師雖然研習藍染技術，對藍靛製作過程不甚清楚，只為了讓經營的卓也小屋朝向複合式的經營，以藍染結合生態與環境議題，成為園區特色的一部分。鄭老師就從產業前端的大菁種植、藍靛製作、藍染建缸，到生產後端的行銷方式，為藍染產業找到新出路（如圖 3-1-5）。

卓也近年來為了與國際接軌，積極參與國際交流活動，2013 年獲邀參加荷蘭萊頓大學研討會發表臺灣藍的論文。2014 年配合文化部臺灣工藝中心辦理國際天然染織論壇，協助接待來自 30 多個國家 200 多位天然染色學者專家及產業代表參訪園區。2015 年參加世界工藝協會亞洲分會，於馬來西亞吉隆坡的服裝走秀及藍染作品展覽。卓也以文創產品為開發設計，成功建立「卓也」品牌，打造了臺灣藍染傳統工藝產業創新經營的成功典範（如圖 3-1-6）。目前卓也面臨的挑戰是人才培育的問題，鄭老師提到：

藍染現在好不容易有一點發光發亮，政府一直在廣開課，我們培育出來的員工，好不容易育成，很容易就出去開課走掉了，因為外面開課鐘點費比較高，所以造成年輕人才留不住（訪談紀錄，T03-20180530）。

公部門每年花費許多經費進行人材培育，造就不少藍染的種籽教師，但真正以藍染維生或從事藍染工作者有多少？而卓也辛苦栽培的年輕匠師，卻輕易被挖角去擔任講師，使得工場運作受到影響，恐怕是業者始料未及。



圖 3-1-5 卓也山藍植物園區

資料來源：研究者拍攝，2018.4.18



圖 3-1-6 卓也工藝小舖

資料來源：研究者拍攝，2018.4.17

四、「屏東鍾林工作室」

林老師今年 67 歲，因從小在父母的訓練之下，對手工藝有極大之興趣，因為很喜歡藍染，所以多次參加臺灣工藝研究所辦理之培訓課程，在馬芬妹老師的培育及鼓勵之下，於 2001 年（民國 90 年）退休之後成立工作室，為了工作室所以自己也買了一塊地，自己種植木藍，因為先生姓鍾，所以藍染工作室取名為「鍾林工作室」，象徵著她是從高雄嫁到萬巒的客家媳婦。早期相邀幾位相關同好夥伴，組成「屏東縣花木蘭文化產業發展協會」，後來因為年紀漸漸大了，體力不好且協會也不好經營，後來就專心經營個人工坊。從種植木藍、藍靛製作、染布、商品設計、縫製、商品銷售都是由林老師一手包辦，先生從旁協助。鍾林工作室是以藍染、植物染、纖維編織、服飾製作為主要的工作室，其作品包括服飾、傢飾、文具套等（如圖 3-1-7）。因為商品單價高，很多人會嫌貴，所以買的人大部分只會挑選小東西，其中以小錢包、方巾、餐具套等生活實用又單價不高的商品為熱賣款。

工坊主要是以體驗和教學為主，因為主要是為了推廣藍染，所以目前在萬巒圖書館與樂齡中心有開設藍染課程，學員只需要自付材料費，藍染商品主要是在自己的工作室展售，也有 PO 在客委會網站的「等路大街」（如圖 3-1-8）。另外其他銷售管道是透過客委會舉辦六堆嘉年華或客家博覽會大型活動擺攤販售。目前工坊面臨最大的挑戰是商品價格高比較難銷售，以及人才培訓不易育成。針對個人工坊在經營上是否有接受客委會經費的補助？林老師提到：

沒有經費的補助，因為補助都必須透過寫企劃書標案子，以前我有邀幾位與藍染相關工坊成員，成立「花木蘭文化產業發展協會」，用協會名義跟客委會標過幾個案子，但是因為年紀大了，協會也不容易經營，所以後來只做我自己的工作室。關於客委會的補助，目前只有提供客家伴手禮包裝禮盒設計費的補助，另外客委會也會聘請專業講師開設有關特色商品設計課程，讓我們學習一些新的東西（訪談紀錄，T04-20180530）。

向公部門申請經費程序煩瑣，限制又多，藍染個人工坊有嚴苛的生存壓力。



圖 3-1-7 藍染--鍾林工作室

資料來源：研究者翻拍，2018.5.30



圖 3-1-8 藍染伴手禮--鍾林工作室

資料來源：研究者翻拍，2018.5.30

貳、小結

臺灣藍染產業目前的業者均分布於北中南各地區，根據國立臺灣工藝研究所發行出版的《臺灣藍草本情—植物藍染色技藝手冊》資料，對於藍染工藝產業於公立研究推廣機構目前共有10個單立（如附錄五）；藍染工藝社群工坊有46家（如附錄五）；藍靛染料、胚布與器材助劑業者有32家（如附錄五）。其中公立研究推廣機構的業務內容主要以藍草栽植、製靛建藍、藍染人才培訓、產品研發、講座特展、出版技術叢書、藍染教學、展覽推廣、教學體驗等研究與推廣；藍染工藝社群工坊主要是以個人工坊居多，其經營項目主要是以教學推廣、體驗活動為主；社團協會之文化團體推廣的業

務主要是以產品開發、教學創作、教學體驗、展覽推廣等；另外企業化經營模式，目前唯獨一家三義卓也藍染園區，其產業經營項目主要以產品創新開發、產品販售、栽藍製靛以及展售體驗等，以「卓也」品牌商標做為行銷及推廣。

在田調的過程中發現臺灣目前從事藍染的工作者年齡層偏高，主要是以退休人員居多，個人或文化團體經營之工作坊所面臨的挑戰與困難不外乎是缺乏年輕的後繼者，區域性的業者因為市場小容易造成惡性競爭，因為手工藝品耗工費時成本高，商品價位高，所以藍染商品銷售量低，是屬於地方的微型文化產業。另外卓也園區以企業化經營，製做過程利用機械設備以輔助生產，大量節省人力以及避免人為疏失的染材耗費，以年輕專業團隊，創造出國內第一家以時尚品牌的卓也藍染新天地。

第二節 日本藍染傳統工藝產業發展之現況

德島藍靛是從什麼時候開始生產的？誠如新居藍師所言：

德島「すくも」是很有名的，全國的染布商大部分都是使用德島的染料。它的歷史已經很久了，從江戶時代就很有名了，因為德島以前很多人種樹，很多棉花，因為需要很多染料，因為德島很適合種蓼藍草，所以很多製做藍靛（訪談紀錄，J02-20180512）。

可是後來受到印度合成藍及歐洲化學染料進口之影響，造成國內藍靛染料需求大幅減少（川人美洋子，2016）。直到 1967 年起德島縣政府成立了保存振興團體支援阿波藍，促使德島縣蓼藍栽種面積增加了大約 5 倍，而且一直維持穩定的產銷狀態。雖然目前阿波藍產業規模雖小，與昔日江戶時代全盛時期無法相比，但目前阿波藍的產業有了調整正逐漸復甦。

壹、日本德島藍染產業業者之介紹

一、「BUAISOU 工坊」

因為德島從事藍靛業者，幾乎都是上了年紀的人在做，高齡化的問題日趨嚴重，政府有鑑於藍染已經快無法傳承，於是於 2012 年，當地政府開設了藍染振興計劃，以補助年輕人的方案鼓勵之。渡邊健太先生和楮覺郎先生因參加政府舉辦的振興發展計劃，在當地政府機關工作，所以移居至德島，以板野郡上板町為據點，當時一邊工作，一邊從事藍染活動，為了想要創作藍染，以團體的概念成立了「BUAISOU」，直到 2015 年結城、三浦先生加入後，才轉變成正式品牌。BUAISOU 團隊成員平均年齡大約 30 歲左右是新一代的年輕人，至於品牌名稱的由來，楮覺郎表示：

「BUAISOU」的名字由來是與牛仔褲有關，第一位引進美國牛仔褲的日本白洲次郎先生，他住的別墅名字武相莊，讀音就是「BUAISOU」。成立BUAISOU品牌以來，第一個想完成的商品就是牛仔褲，提到牛仔褲，BUAISOU團員每個人都興奮起來（訪談紀錄，J01-20180512）。

由於牛仔褲受到世界時尚界的青睞，流行長久且遍及全球，對於現代人來說已成為基本配備，另外「藍色」原屬於親近度與使用度都很高的顏色，所以他們一開始就朝往牛仔褲及牛仔外套發展，目的是要把日本阿波藍行銷至全世界。

BUAISOU 目前擁有 9000 平方公尺的耕作面積，從事藍染，生活完全以農業栽種為主，他們的老闆，就是老天爺，收成好不好要全看老天的臉色，所以每年在種植之前會依日本萬年曆，挑大安之日祭拜「藍神」，以清酒、簡單的合掌祭拜。製造藍靛的匠師稱作「藍師」，藍師傅的工作範圍，從栽種蓼藍植物，至收割製造阿波藍染料，再銷售給傳統染織品工廠、工坊、染色作家、觀光體驗工坊、社會福利設施、教育場所、趣味型愛好者等，德島（阿波藩）一直是以生產藍靛產業為盛名。BUAISOU 打破了日本傳統藍染工藝的經營模式，從種植藍草、製藍、漂洗、染布、設計、縫紉，全部一手包辦，以「地獄建」製作成的藍染液，能讓布、木、陶瓷等自然素材上染上美麗的 Japan Blue 阿波藍作品。BUAISOU 一直刻意去挑戰新的材質、形式，開發創新專屬於自己獨特的日本藍(如圖 3-2-1)，所以團隊除了致力於種植藍草、製作藍靛、開發創新產品之外，每年會到世界各

地舉辦展覽，從亞洲到世界，包括紐約布魯克林、臺灣、洛杉磯、索諾瑪、新加坡、法國、英國、香港、印尼等，到世界各地舉辦展覽，目的在於呈現德島的阿波藍，從種植開始、染液製作、到成品完成，全部歷程都是純天然打製，讓消費者認識藍染與化學染之不同。國外舉辦展覽不但讓 BUAISOU 更加貼近國外消費者，也創造出更多與國外知名品牌跨界合作之機會，像是紐約服裝品牌 Left field，Hill-side、英國品牌 Drake's 等進行異業嘗試，還有運動品牌 New Balance 的藍染球鞋(如圖 3-2-2)，造成 BUAISOU 名聲遠播，讓 BUAISOU 成了媒體的新寵兒。



圖 3-2-1 BUAISOU 工房

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12



圖 3-2-2 New Balance 藍染球鞋

資料來源：Buaisou 提供，2018.5.12

二、「新居修氏」

新居家位於德島縣板野郡上板町，在 BUAISOU 工坊附近。新居修氏今年 70 歲，是目前「新居製藍所有限會社」的負責人，是德島縣生產阿波藍染料的五名藍師之一，是傳承第六代的藍師（如圖 3-2-3、圖 3-2-4）。2017 年 5 月 6 日在東京國家授予傳統工藝優秀技能「現代傑作」獎的殊榮。從就讀小學的時候祖父和父親開始教他做藍靛。高中畢業後，除了生產「Sukumo」以外，還有賣車和豬的收入。1964 年（昭和年代），由於受到化學染料壓迫，藍靛的需求大幅減少，生活很困難。曾經有一段時間新居修氏自己也不知道是否要繼續製作靛藍，在他 35 歲的時候，父親和祖父一個接一個地去世，當時商業夥伴們都希望新居修氏能繼續製造藍靛，所以後來決定在專門的工作中做這一項一直到現在。第七

代後繼者新居俊二氏是保存會的預備準會員，隨同修氏一同守護阿波藍的傳統製技術。

新居修氏擁有 40 多年的製藍資歷，目前栽種蓼藍的面積將近 10 公頃，半數以上是和當地高齡的農家契作生產，新居修氏一直堅守傳統的生產技術同時培育後繼者，目前他培育縣內外的年輕人見習生已經超過 20 人學習了。新居修氏被國家選定為無形文化財阿波藍製造技術保存者，在藍靛產業獲得無上的光榮，他表示：

是一種榮譽也是一種肯定，也是對阿波藍一種肯定，表示我們做出來的 Sukumo 品質是非常好的，早期我們會透過手板法鑑定生產的藍靛品質好不好，現在只要聞味道就知道品質好與不好（訪談紀錄，J02-20180512）。

授獎對他是一種製做技術的肯定，也是對阿波藍的肯定，對他的後代繼承者更是激勵信心的力量泉源。新居製藍所有限會社利用吉野川流域平原種植蓼藍作物為專業區，目前日本全國阿波藍染織作家協會有 61 位會員（如附錄六），都是使用新居藍師所生產的阿波藍染料。藍師傅新居修氏將藍靛的製作過程做成光碟影片，對於製靛者或研究者之學習有很大的幫助。目前新居製藍所面臨的困難與挑戰，新居表示：

但是種藍草的人很少，現在種藍草的人都是年紀大的人，後代傳承的很少，年輕人不願意作農。未來還會繼續幫助更多年輕人學習藍靛製做，讓阿波藍的名聲可以永遠留存，我希望新居製靛所可以世世代代相傳下去（訪談紀錄，J02-20180512）。

在德島年輕人不願意種藍草，都是由年紀大的長者在種植，後代傳承的很少。新居修氏對未來最大的展望是希望 2020 年東京奧運會和殘障奧運會官方使用的五環藍色標誌，阿波靛藍可以從中脫穎而出，受到全世界人的關注。



圖 3-2-3 蓼藍農田-新居製藍所

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12



圖 3-2-4 新居製藍所会社

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12

三、「古庄染工場」

古庄紀治氏於1947年出生於德島，大學畢業後跟著父親古庄理一郎氏學徒，開始了工匠的職業生涯，是傳承第六代的藍染工場（紺屋），擁有40多年資歷的古庄紀治氏經營。父親堅持以傳統的天然靛藍染料，不使用任何化學染料，為振興日本傳統阿波藍文化，建立藍注染技術，並以木灰水發酵藍染完成小紋型染技術，對阿波藍染色技術普及有功，獲得德島縣無形文化財與卓越技能現代名工的榮譽（如圖3-2-5、圖3-2-6）。古庄染工場有6座大型不鏽鋼藍染液發酵槽，使用吊染匹布和絞染，水洗槽採用自動循環換水。注染方面有注染臺和專用染液發酵槽、刮糊檯、水洗池、淋布架等設備，專門以注染方式生產古典圖案的和式浴衣。古庄染工場生產的各式暖簾、桌墊布、浴衣、服料等，藍染作品十分豐富，在德島縣觀光地區藍屋敷專賣店販賣，評價非常高，其創作以筒糊手描藍友禪的和服更享盛名，女兒美智子已成為後繼者。



圖 3-2-5 無形文化財-古庄染工場
資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 3-2-6 卓越技能現代名工-古庄紀治
資料來源：研究者拍攝，2018.5.11

四、「舞工房」

「舞工房」負責人多田正義先生今年 72 歲，在德島市經營珍木材塗料工業時，即與轆轤（ろくろ）和雕刻工匠合作製作原創彩繪木作品。50 歲以後開始第一次體驗靛藍染料經歷中對出現的靛藍色就非常之喜愛，從靛藍老師及染料老師們，得到他們的協助，反覆研究材料和技術，建立了一種漆藝風格將靛藍應用於木製品，屬於自己的獨特技術。多田先生利用德島山上的原生樹木，與工作室的同事們一起設計容器，將春天盛宴飯盒用和家具，用德島靛藍的美麗裝飾漸層暈染，因為阿波藍的藍師，很重視藍靛，使用最優質的葉子，製造成分最好的靛藍。多田先生利用最好的靛藍將其併入德島木製品，透過其特殊的漆藝技法，通過工匠獨特的技術使用透明陶瓷塗層，除了木紋和加上靛藍的美麗之外，還增強了耐用性（如圖 3-2-7、圖 3-2-8）。2007 年在東京國際家具展上宣布了「Aizen 家具」，開創了 Awa Ai 和 Tokushima 木工的新天地。



圖 3-2-7 舞工房的作品（一）

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 3-2-8 舞工房的作品（二）

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11

貳、小結

日本德島地區目前藍染產業發展現況，德島有 5 位製作藍靛的藍師，包括一、佐藤昭人氏；二、「新居製藍所有限會社」；三、「外山阿波藍製造所」；四、吉田花子氏；五、武知毅氏。其中以佐藤家是德島縣內生產量最大、最著名的藍師傅，其次是新居製藍所有限會社，以新居藍師為主的日本全國阿波藍染織作家協會有 61 名會員使用其藍靛（如附錄六）。

當「藍師」與「染師」被國家選定為無形文化財阿波藍製造技術保存者，對匠師而言是極高之殊榮，不只對於技術者高度肯定及尊榮，也給後繼者帶來鼓勵的作用，所以對於阿波藍工藝產業之家族事業有傳承的使命感，讓後代兢兢業業的守護著他們的產業，這就是文化的保存與傳承，讓傳統工藝產業可以永續經營重要的關鍵。日本德島除了藍靛製造產業之外，相關產業、染工場、織布工廠、工藝村以及博物館等，分布於吉野川流域周遭，形成了產業群聚³（如圖 3-2-9），由於產業群聚帶來同業之間的良性競爭，讓阿波藍產業更加活躍興盛，創造出聚集經濟利益，甚至驅動產業與相關上下游產業的聯結，帶動區域經濟的發展，以及活絡了周邊的相關產業，包括帶動德島農業及觀光業十分的發達（如圖 3-2-10、圖 3-2-11、圖 3-2-12、圖 3-2-13、圖 3-2-14、圖 3-2-15、圖 3-2-16、圖 3-2-17）。

³ 產業群聚是指在某一特定區域中，一群在地理上鄰近或更相互關聯的企業或機構，存在著共通性與支援性的連結，更著既競爭又合作的關係。



圖 3-2-9 徳島産業分布圖

資料來源：徳島縣藍染工芸館提供



圖 3-2-10 藍布屋

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12



圖 3-2-11 長尾織布工場

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12



圖 3-2-12 加藤織布工場

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12



圖 3-2-13 藍染工藝館

資料來源：研究者拍攝，2018.5.12



圖 3-2-14 藍屋敷

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 3-2-15 古庄紀治染工場

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 3-2-16 岡本織布工場

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 3-2-17 秋工房作品

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11

第三節 臺日藍染傳統工藝產業之振興團體

壹、臺灣藍染傳統工藝產業之振興團體

一、國立臺灣工藝研究發展中心

臺灣省手工業研究所成立於 1973 年，主要業務是研究振興臺灣傳統工藝技術以及培訓人才，目的是為了輔導工藝業者，以增進我國工藝產業之外銷競爭力。1999 年改為「國立臺灣工藝研究所」，隸屬文化建設委員會，定位臺灣工藝之價值與方向，肩負臺灣工藝文化研究傳承與創新。2010 年正式改為「國立臺灣工藝研究發展中心」負責推動文化創意產業發展，致力於工藝文化推廣與工藝產業扶植，持續為臺灣工藝文化與創意產業發展耕耘與努力，讓臺灣工藝邁向新紀元的時代。

工藝文化推廣方面：

- (一) 加強工藝文化研究，建構臺灣工藝文化主體。
- (二) 典藏族群特色工藝，倡導臺灣工藝研究風氣。
- (三) 保存特有工藝技術，培育優秀工藝人才。
- (四) 辦理工藝競賽與展覽，鼓勵工藝創作。
- (五) 提升工藝美學意識，推廣生活工藝體驗學習。
- (六) 建置工藝資訊平臺，提供全方位數位內容服務。
- (七) 參與國際工藝展覽，推介臺灣工藝文化。

工藝產業扶植方面：

- (一) 加強產品創新研發與設計，強化工藝產業競爭力。
- (二) 培育專業設計、技術及經營人才，提升產業產值。
- (三) 媒合異業產業資源，協助傳統工藝產業轉型。
- (四) 輔導多元行銷通路，建構產業市場機制。
- (五) 形塑臺灣工藝品牌，輔導拓展國際市場。
- (六) 扶植社區特色工藝，聚積微型工藝產能。
- (七) 強化基地硬體建設，提升園區服務機能。

工藝中心為推動傑出工藝家認證機制，成立「工藝之家」以帶動民眾認識臺灣工藝創作環境，並與觀光結合，發展工藝文化觀光產業，並且凝聚不同領域的工藝之家，結盟合作拓展工藝創作的視野與可能性。配合文化觀光旅遊資源的串連，使其成為參觀與體驗之學習場所，亦是各地方工藝文化據點。另外辦理臺灣優良工藝品評鑑制度，針對具有臺灣工藝特色之優良工藝品中遴選出「美質獎」、「時尚獎」、「機能獎」及「造形獎」四大最優質獎項，給予工藝者最高的肯定與鼓勵。

二、臺灣藍四季研究會

臺灣藍四季研究會於 2009 年由國立臺灣工藝研究發展中心技術組支援下成立的，四季藍的成員是工藝中心藍染研習會的結訓員所組成的團體，目的為了輔導藍染技藝研習會的學員以及加強前後期學員之間的聯繫交流，每年各季召集結訓會員，辦理個人藍染工坊或社區藍染文化活動的分享交流會，最初創始會員以及正式登記辦理入會者有 60 餘名，目前有 68 位會員。

四季藍會員每年提出各項計畫，辦理專題講座、產品設計開發、會員聯展以及國際交流等。該會的活動支援與執行，大都是來自工藝研究中心的專案計畫的協助與經費的支援。2010 年馬芬妹獲邀參加日本阿波藍國際研修會議(INNS)發表，並帶領四季藍會員 22 名參訪德島縣製藍所及藍染工坊；2012 年工藝中心專案計畫輔導臺灣藍研究會，邀請日籍講師辦理臺灣意象文創產品開發計畫；2014 年四季藍會員代表參加工藝中心主辦「2014 國際天然染織論壇」專題發表；2016 年與日本全國阿波藍染織作家協會共同籌辦「藍的禮讚—臺灣藍阿波藍 2016 國際交流展」。對臺灣藍染產業發展以及工藝保存之推廣有極大的貢獻。

貳、日本藍染傳統工藝產業之振興團體

一、德島縣阿波藍生產振興部會

這是由德島縣政府支援下成立的組織，於 1967 年由事務局設立於德島縣政府的農林水產部門。協會成立目標主要以「振興鄉土產業，改良提升蓼藍作物的栽種加工技術，開拓藍染用途增加產量為目的，並以阿波藍產業永續經營，使阿波藍名聲傳播永久。」該會為了振興生產阿波藍，辦理藍植物種子保育、蓼藍植

物栽培以及加工等相關工作，由協會培育各品種的蓼藍種子，保種及分發，分發種子之際同時指導栽方法，讓所有德島的人都能夠種植蓼藍植物，此項業務由德島縣政府農林水產部門負責。該會由 5 名阿波藍製造者（藍師傅）、5 名藍染工場的代表者（染師傅）、13 名地方公共團體關係者、以及 4 名顧問所組成（川人美洋子，2016）。

二、德島縣藍染研究會

德島縣藍染研究會於 1977 年由德島縣立工業技中心支援成立，其業務與德島縣阿波藍生產振興部會有些類似，但研究會的業務重點是針對阿波藍製造傳統技術方面以及探究阿波藍染料的新用途為主力。由於事務局設在工業試驗場內，因此辦理了許多場次有關縫絞染、型糊染、沉澱法製藍靛、蠟壺筆畫蠟防染等各種技術講習會。這個研究會的主要活動之一，是辦理阿波藍建藍技術講習會，使用阿波藍染料的發酵建藍技術，以往是染色工場的專門技術非一般性的，讓會成立的目的便是將此種技術透過公開的講習會，讓一般人也能獲得學習的機會，目前這個研究會是由阿波藍的生產者、藍染工場的代表者、藍染作家、地區藍染團體的負責人、大學相關科系人員所組成。因為會員是流動的，最多的時候曾經超過 100 名。自 2007 年度開始，該會事務局從德島縣工業技術中心移至四國大學，目前仍持續運作辦理相關活動。

三、阿波藍製造技術保存會

阿波藍製造技術保存會於 1978 年成立，該會是為了保存和發展阿波藍為目的而成立。因為阿波藍的製造技術，由日本文化廳指定為選定保存技術，這個保存會是被指定為保存的團體。所謂選定技術是日本在保存文化財上不可欠缺的技術或技能，這些技術區分兩項，一項是為了保存文物必要的直接技術（修復、復原、描繪、構造）；另一項是保存修復上必要的道具或用具，以及其材料生產方面的間接技術。至 2005 年為止，由日本文化廳選定的技術保持者個人有 52 名，團體有 22 個。這個團體的會員包括 4 名阿波藍的製造者，以及 4 名各自的後繼者，另外有德島縣教育委員會 2 名事務官、上板町教育委員會的一名公務員、石井町教育委員會的 1 名事務官，以及 1 名專門的研究員所組成。保存會的主要業

務是針對後繼者的育成計畫，為後繼者的準預備會員直接學習有關阿波藍染料的生產製造技術。

四、「藍之館」歷史館

「藍之館」於 1989 年開館，歷史館位於德島板野郡藍住町（如圖 3-3-1），是昔日藍商奧村家建於 1808 年的百年歷史傳統建築（如圖 3-3-2），共有 13 棟建物（其中兩棟獲批為國家有形文化財產），以及一棟新建的展覽館組成的，是阿波藍文化觀光據點的重要設施。奧村家是阿波藩時代擁有相當實力的藍商之一，從建築物群的規模不難想像過去阿波藍商業之興盛。在 1987 年（昭和 62 年）時，由第 11 代的奧村武夫氏捐贈給藍住町為保存，並在 1989 年（平成元年）開設第 1 號展示館。博物館設立的目的，除了保留這些珍貴的歷史舊屋遺產，因阿波藍染是日本國家指定民俗資料，也因為傳承其歷史、並將藍染的生活文化發展做一有系統性展示，才有這座專門博物館的誕生。奧村家留存豐富舊文書資料，其中有一部份資料以及當時製造阿波藍的農業用具，以精巧紙製人偶模型，從阿波藍的栽培、加工、販賣，重現昔日手工製藍 24 個過程，並展示了當時的農具、藍印布料的各式生活應用等，栩栩如生的紙模型，生動細緻，簡單易懂地展示了印染的工序，即便日文不佳的人，也能一目了然（如圖 3-3-3）。歷史傳統建築旁有經過良好的規劃及設計的藍染體驗區，這裡空間大，一次可容納多人同時製作，因為有設置 4 大座染缸供體驗者使用，非常適合教學體驗，德島縣內外學校以學期行事活動辦理藍之館的校外參觀（如圖 3-3-4）。藍之館是文化觀光設施中設置阿波藍染色體驗活動重要的據點。雖然地理位置較為偏僻，但每年平均吸引超過 3 萬人次的入場參觀者。



圖 3-3-1 藍之館歷史館

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 3-3-2 百年歷史傳統建築-藍之館

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 3-3-3 阿波藍紙模型-藍之館

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11



圖 3-3-4 藍染體驗館-藍之館

資料來源：研究者拍攝，2018.5.11

五、「三木文庫」展示館

三木文庫展示館是屬於公益社團法人，位於德島縣板野郡，於 1954 年創立三木產業株式會社，280 週年紀念之時將「三木文庫」對外開放，1980 年獲得德島縣教育委員會的核可，成為三木文庫社團法人組織。展示館大部分書籍都是由 Miki 家族的祖先歷代留存下來的歷史記錄集合而成。從 1674 年江戶時代一直到 1911 年明治時代結束，記錄江戶時期靛藍經銷商銷售活躍的情形，還有關阿波藍的相關資料都保留下來。除此，還有許多歷史資料以及許多有趣的材料，如瓷磚板和從江戶銷售區發往該國的信件，其中被認為特別重要的物品都在展示館中展出。收集材料的分類是與阿波藍的（古文書，生產工具，靛藍布，天然色素

材料，染色布標本），文獻資料（古代文獻記錄，大型書籍，Mikiya 商業記錄），（舊布料相關的歷史資料，紡織設備），三木文庫被指定為國家重要民間歷史資料文史館，是德島縣內指定為有形民俗文化財產，展示館的收藏品大約有 4,500 件是阿波藍相關資料，另外保存與展示有許多關於德島鄉土歷史的資料，像這樣收藏豐富的展示館，可以說是代表阿波藍文化的資料館（如圖 3-3-5、3-3-6）。



圖 3-3-5 三木文庫歷史資料

資料來源：研究者翻拍，2018.5.11



圖 3-3-6 三木文庫展示館

資料來源：研究者翻拍，2018.5.11

日本是一個極為重視文化保存的國家，政府為了振興鄉土阿波藍產業，設立了保存振興團體；為了阿波藍製造傳統技術及探究阿波藍染料的新用途，設立了藍染研究團體；為了保存和發展阿波藍的製造技術，設立了製造技術保存團體。除此，另外的兩個阿波藍資料館也被大受肯定其具有的功能，對於阿波藍傳統文化的宣傳及推廣有重要的意義及價值，兩者在文獻典藏方面或是建築物方面皆具有歷史的價值，是振興阿波藍文化重要的據點，也是不可或缺的資料館。因為日本對於文化保存不遺餘力，所以日本文化資產保產是舉世聞名。

第四章 個案探討與分析

研究者踏查了臺灣昔日藍染重鎮新北三峽、苗栗三義、六堆萬巒地區，以經營藍染產業長達10年以上且較具規模的工場為研究對象，於2017年3月12日至2018年5月30日訪談「三峽藍染生活工場」朱匠師、「三峽染工場」劉總幹事、「三義卓也藍染園區」卓先生與鄭老師、「鍾林工作室」林女士。另外日本德島地區是透過新聞媒體或網路資訊，對經營阿波藍產業頗受好評之業者做為訪談對象。研究者於2018年5月10日至5月13日到日本德島訪問「SUAISOU」楮覺郎先生、「新居製藍所」新居修藍師、「古庄染工場」、「舞工房」。另外參觀「藍之館」、「藍屋敷」、「藍住館」、「藍布屋」、「長尾織布合名會社」、「藍染工藝館」、「岡本織布工場」、「加藤織布工場」等文化設施及工場，實地瞭解臺日藍染工藝產業目前業者經營現況，並選取三個成功案例分析其在經營模式、行銷策略以及商品區隔的特色，作為客家藍染產業推廣之建議。

第一節 產銷一條龍：臺灣三義卓也藍染

鄭老師談到「卓也藍染」成功之處：

其他的藍染也都是馬老師培訓出來的子弟兵，從91年（2002年）開始都是一些媽媽或貴婦，他們學一學要不然出來開個人工場，要不然就是學一學好玩，91年至100年有多少人出來，但是沒有人把它做起來，有的話，三峽大概三角湧是比較成熟，但還是屬於社區型的。一般人要拿錢出來是比較不可能，我們家是因為花自己的錢，就會想要把它做好，我可能是自己要的使命感和個性的關係，想要把這件事情做好的意識太強烈，花自己的錢，貼了10年的青春、金錢和設備，所以不得不把它做好（訪談紀錄，T03-20180530）。

分析「卓也藍染」的經營策略，其實一直都在進行實驗性的學習，創新的精神與願意嘗試冒險，從錯誤中獲取寶貴的經驗。其經營策略：

壹、經營模式

卓也為了穩定藍靛染料的供應量以及確保藍靛的品質，利用三義地理環境的優勢，加上適宜的氣候和肥沃的土壤，開闢植物園區，自己種植山藍，加上契作的藍草面積目前已超過二甲地，因為出自於自己細心的照顧，所生長的藍草製作出的藍靛品質更優於其他地區（如表 4-1-1）。除了擁有自己的藍草園區，還有製造藍靛、染織的工廠。卓也園區為了改良藍靛製作的生產技術，從原來耗工費時的手工打製，改為機械代替人工，目前已發展到第三代設備，採用地下管線式浸葉池、電動控制打藍池、沉澱池以及藍靛染料收集室。此外，2013 年新專設生產匹量藍染布的藍染工場，經由專家協助開發了循環式軋染天然藍染機械，建置自然發酵的母液池、上接藍靛池管路，下通至自動化寬幅的藍染池。另外 2 座天車吊掛藍染設備以及手工操作的藍染缸，專供紮染、型染、蠟染等多樣化染色生產使用，不但大幅節省原料與人力的耗費，而且提高傳統藍染生產的效率。卓也在經營藍染產業採一條龍的經營模式，從種植藍草、自製藍靛、染布技法、產品設計、藍染體驗、商品行銷等一貫作業運作，並整合農場、民宿、餐廳、工坊、工藝小舖，打造出生態、生產、生活複合式休閒企業的六級產業⁴之經營模式。

表 4-1-1 藍靛色素分析表

樣本編號	樣本說明	藍靛素比例
C4	卓也小屋今年試作，加入高純度消石灰 1.5% 比例	2.18%
E	卓也小屋先前打藍之藍靛，採用一般石灰	1.45%
G	北部某社區製做之藍靛	1.25%
H	東部某農場山藍所製做之藍靛	1.54%
I	東部某農場木藍所製做之藍靛	1.45%

⁴ 不管是一產農業、二產工業、還是三產服務業，只要具備高涵量的創意和美學元素，且能做跨產業的延伸和整合，兼顧環境保育和顧客共鳴的效益，都被認為是體驗經濟環境下所稱的「六級產業」。

J	中北部工坊製做之藍靛	1.53%
K	中北部某農場製做之藍靛	1.29%
L	中部某工坊進口工坊之藍靛（大陸）	1.41%
M	中部某農場製做之藍靛	0.85%
N	從印度進口之精粉，標榜不加石灰	1.95%

資料來源：卓也於 2014 年委託東海大學化學系之檢測報告，研究者整理

貳、商品區隔

卓也工藝中心有各式各樣的商品種類，商品材質以麻、葛、絲、皮、毛、棉等天然纖維，因棉布是染材中最容易著色牢色度高，所以主要以棉布為主。除了衣服和鞋子委外由國內知名的專業設計師配合設計。其他商品包括包包、小物件、各種文創商品則交由卓也自己的團隊具有美術相關背景的年轻人發想設計，所以卓也藍染商品相較於國內其他業者展售之商品，更具現代流行、時尚典雅、細膩精緻以及創意設計感。卓也藍染銷售量最高的產品是油桐花絲巾，除了絲綢本身高貴精緻的質感，搭配白色典雅的桐花，藍白之美，真是美不勝收。鄭老師提到卓也商品：

我們的商品項種類實在很多，業務在外面看到什麼就會帶回來，設計的妹妹基本上都能設計得出來，品項太多，都是以市場取向，慢慢有些東西就會淘汰掉，但有些早期的基本款，原本想要淘汰，但又賣得很穩定，一直有一定的銷售量。因為品項多也造成庫存也多，但我知道這些東西沒有一件是賣不掉的（訪談紀錄，T03-20180530）。

卓也的商品採用「高單價」策略，並重視「顧客價值」。鄭老師表示：

至於未來到底有沒有發展的契機，我覺得是有的，原因是有一批人開始重視環保，像我個人都不買名牌。因為藍染這個東西價值比較高，就比較會珍惜，我有一些這樣的客戶非常有錢，他們不一定要名牌，會想用好一點，

環保一點，對健康有幫助的，其實東西不用買太多（訪談紀錄，T03-20180530）。

藍染產品可以維護生態、永續環保，能吸引固定的消費族群，加上卓也的商品講究材質，投入較多的研發經費，且通常顧客認為低價位便宜的商品就等於品質差，但是卓也提供給顧客的是「價值感」，用心染織的商品不能便宜就賣，反而重視品質與企業品牌。採用「多品項少量生產」之經營策略，販賣的商品大約有3000項，除了流行性的商品，還有一些每年固定商品，利用規模經濟效果降低成本。

參、行銷策略

卓也藍染商品原本以輕熟女的上班族為主要的市場目標，因此鮮少透過廣告或媒體行銷。鄭老師表示：

幾乎沒有廣告，只有粉絲專頁，常常有媒體來採訪，我可以給他們時間，但如果需要費用，我會告訴他們我們沒有行銷費用。我們是靠培養一群愛用者，他們一段時間就會帶人來而且都會買很多。卓也會利用 FB 專頁和網路通路，但網路訂單不多，因為東西貴，一般客人還是希望看到實際東西，我們也一直想開發這個區塊，但一直沒有辦法做（訪談紀錄，T03-20180530）。

策略定位的本質就是選擇與競爭對手不同的活動，行銷策略是要先找出自己定位再為顧客量身打造。卓也以國內第一家企業品牌打響業界知名度，行銷策略以藍染工藝結合有機農場、山居民宿、養生餐廳、藍草園區等複合式的「綠色環保」休閒企業，客戶群以注重環保、重視養生、追求健康者為消費對象，所以吸引許多投其所好者。卓也藍染除了於園區設置手作體驗工坊、工藝展售中心之外，近年來接連往都會區擴展營業據點，除了臺南林百貨、臺北誠品、宜蘭傳藝中心，還有臺中市卓也藍染旗艦店也即將開幕。除了二家實體店面展售據點、跨界異業結盟以及利用國際展覽、國內文創博覽會、客家文化博覽會等文藝推廣，不但展露耀眼的卓也品牌，也成為國內藍染產業創新經營之成功典範。

第二節 媒體新寵兒：日本德島 BUAISOU

BUAISOU製作的藍染商品都是由自己的團隊設計的，楮覺郎說：

所有的東西都是我們自己設計的，包括種藍草、發酵做すくも、染布、樣式的設計、裁縫，全部都是自己做出來的。有些廠商跟我們下單，可以設計好的圖樣，由我們幫他們做，或告訴我們他們的想法，由我們幫忙設計及製作（訪談紀錄，J01-20180512）。

BUAISOU除了自己種藍草、製藍、染布，開發商品也是從企劃開始，到設計、製造、販賣都一貫化、去中介化的經營模式是成功之處。

壹、經營模式

BUAISOU 團隊目前有 5 位成員包括 Kakuo Kaji（楮覺郎）、Yuya Miura（三浦佑也）、Ken Yuki（結城研）、Tadashi Kozono（佐藤小園）、Kyoko（西本京子）。楮覺郎是創辦人，本身是學美術和織品設計的；Kyoko（西本京子）是經理人，是負責管帳、網站管理和接待國外客人以及做英文翻譯；三浦先生學服裝的；結城和佐藤先生是學農作和園藝方面的。因為講究品質，為了做出最好的品牌，所以堅持從種植藍草、製藍、漂洗、染布、設計、縫紉、商品銷售，一手包辦，不同於德島是以生產藍靛為主的傳統經營模式。BUAISOU 為了守護阿波藍的傳統製造技術，堅持用天藍然的「染すくも」、木灰、貝灰及麥麩為染材，不以化學成分之物質做為替代或添加使用。

貳、商品區隔

BUAISOU商品是由創新開始，從無到有不斷找尋各地新奇的東西，來製作成藍染商品，所以BUAISOU商品跟日本有名的「藍屋敷」以及「藍之館」歷史博物館展

售之藍染製品是不一樣的，一般藍染商品，是在布料上運用各種不同染技來呈現商品的獨特美感，或以圖紋變化顯出藝術之美，而BUAISOU是著重於嘗試將藍染運用於化學纖維，包括球鞋與牛仔布料，還有陶瓷、木頭等染色質材，創新染色之運用，與眾不同之商品是主要的區隔。至於BUAISOU藍染商品的特色，楮覺郎表示：

我們做的東西是跟別人不一樣的，除了布料以外，我們一直嘗試把它運在不同材質上面，我們會將靛藍花（浮在染色溶液中的氣泡）融入陶瓷，以獨特的方法製作精緻裂縫圖案的陶瓷商品，木頭也是我們想要開發的染材之一，不過大部分的商品都是在嘗試開發中（訪談紀錄，J01-20180512）。

以同樣是年輕人的立場，傾聽了解消費者的需求，以同理心了解消費者購買行為以及顧客對商品設計、定價、通路的期望，再不斷地在商品設計、製造上持續的創新，讓BUAISOU不斷地推陳出新。

參、行銷策略

BUAISOU的商品是以年輕的男性為主，楮覺郎指出網路行銷對公司的重要性：

東西比較是年輕對象作設計，但沒有固定的東西，買的人不一定，只要喜歡藍染的人就會買。我們銷售的對象一半是日本國內，透過網路購買，一半是國外體驗或公司委託異業合作的（訪談紀錄，J01-20180512）。

BUAISOU 行銷策略採推廣阿波藍為定位，所以他們不只在國內各大都市辦理展覽，他們更有顆企圖心從亞洲到世界，藉由國際辦展，讓全球各地的人可以深刻體驗並且認識阿波藍與化學染的不同。

我們是透過國外展覽及海外體驗宣傳「Japan Blue」，我們的Workshop很多是國外的人來體驗，體驗完喜歡我們產品的人就會購買，而且會在我們

的FB分享。在國外展覽時會有媒體採訪，也有新聞雜誌報導我們，但都不是我們花錢請他們的（訪談紀錄，J01-20180512）。

從 workshop⁵中讓消費者親自體驗「Japan Blue 阿波藍」之美。為了讓 BUAISOU 走上國際，他們透過網路為購物平臺以及廣告行銷，因為團隊成員都是年輕人，所以網路是他們主要的工具，透過網路無弗屆，吸引許多來自世界各地的愛藍人士，包括紐約服裝品牌 Left field、Hill-side、英國品牌 Drake's、運動品牌 New Balance 等創造跨界合作之機會，藉由媒體的採訪報導，以及宣傳擴散作用，讓 BUAISOU 成了德島阿波藍享有名氣的焦點工房。德島是阿波藍古老的故鄉，BUAISOU 團隊可以在短短數年之間成為德島的新寵兒，其運用網路及媒體之行銷策略帶來了創新經營的成功典範。楮覺郎提到：

每年日本四國地方政府都會到紐約舉行推廣當地的展覽，把四國特色、特產文化帶給美國人。2015 年我們也受邀一起到紐約。我們除了到紐約布魯克林很多地方，還去過臺灣、洛杉磯、索諾瑪、新加坡、法國、英國、香港、印尼等很多國家去辦展覽推廣藍染，不但讓 BUAISOU 更加貼近國外消費者，也讓我們有更多跟國外一起合作的機會（訪談紀錄，J01-20180512）。

透過參展，大量曝光，在短期內創造出高知名度，BUAISOU 雖然是後發競爭者，掌握發佈訊息的時效性和互動性，便能贏得媒體關注的先機。

第三節 異材質結合：日本德島舞工房

壹、經營模式

⁵Workshop：車間、作坊或稱專題討論會。在體驗中，解說者會從阿波藍的歷史起源、製作過程等詳細介紹。

多田正義在 50 歲時，第一次體驗靛藍染料的經歷，從洗滌布料時所出現的靛藍色，讓多田先生一見鍾情。多田先生主動請教靛藍老師們和染料老師們，得到他們的協助，反覆研究材料和技術，建立了一種獨特的漆藝風格，將靛藍應用於木製品和加上自己工場的技术。

「舞工房」原是一群從事木工工藝多年的家具和佛壇和德島生產區的工匠。目前已擴增為一集團，大約 20 名工匠專門從事繪畫、陶工、雕塑、家具製造等工作。這些工匠在每項工作的同時合作開發和製造產品，並以「舞工房」的品牌名稱進行宣傳。

「舞工房」的經營理念是強調材質、訴求簡單、提倡自我的生活樣式。除了餐具之外、生活雜貨、文具用品等都主張以簡單的設計與單調的色系，讓顧客自己欣賞與判斷，強調顧客的感受經驗。

貳、商品區隔

Kapferer (1992) 的研究指出，感性價值是一種意識 (Sense)，一個關於商品的意義，價值源自於商品，亦在彰顯商品製造者的意念 (Intention)，內含製造者注入商品中的價值觀，目標在市場區隔確保差異化的長期性。由於阿波藍有品質良好的藍靛，「舞工房」是將最好的靛藍併入德島木製品。將染有染師的靈魂和技術的靛藍染布粘貼到木製家具上，加上多田先生特殊的漆藝技法完成。多田先生指出：

在商品製作上，也特別注重顏色的平衡感，先從木頭原色、柔和、鮮亮、淺藍色、到靛藍色，雖然靛藍漸變是比較容易被接受的，但同一款式多樣的顏色可使消費者在購買時有更多的選擇 (訪談紀錄，J03-20180512)。

靛藍漸變是多田先生的主題，是木工和靛藍的「追求生活」。在餐具中，用空氣噴灑靛藍並應用漸變。可是樹木有油分，靛藍是液體狀，多田先生則要慎選樹的類型，設計如何結合靛藍。多田先生仔細地反覆、仔細模糊噴灑邊界，以便樹木吸吮液體，才誕生了目前的製造方法。每一個製造過程全部都是用手製造。「舞工房」想讓人感受得到德島的大海，天空和水色。

參、行銷策略

多田先生是這樣介紹舞工房的作品：「只有把它拿在手裡才能理解樹的美好。(訪談紀錄，J03-20180512)」所以，「舞工房」沒有在網路或互聯網上進行任何原創產品的銷售。目前在德島「藍の館」，有永久展示供應商定期展出，另外在汝矣島、四國和關西均有固定的展售點。

多田先生重視在地文化的價值及傳承，與當地學校合作，成立「木工與藍染工坊」，將此技術教授給高中生，並將青年觀點和傳統木工技術融入傳統文化，結合了靛藍染料，創造新意義的作品，多田先生說：

為了不停止技術，我們不必等待原始交易的工作，但工匠們需要自己動手，我們想做一個新的運動來振興德島的木工生產區（訪談紀錄，J03-20180512）。

日本的「舞工房」不斷的創新與成長，開發藍染與木材結合，並成功的進入國際市場，相對的地、其他藍染業者在面臨產業競爭時，都仍固守著在布料、皮件上的經驗，造成彼此的商品太過相近無法做出區別，最後只好訴諸降價策略，徒增銷售成本亦會減少利潤。

第四節 個案分析

在全球競爭環境下，藍染產業由於純手工製作不但耗工費時而且辛苦複雜，在便利的化學染料取代下，藍染傳統工藝產業日趨式微。本研究的三個個案能在經濟不景氣中，成為少數成長的藍染產業，是因能打破傳統固有之體制，改變現有的經營模式，企業不斷的創新與改革，才能使企業急速成長，進而帶動藍染傳統工藝產業結構優化及轉型升級。三個個案之創新經營策略分析如下：

壹、經營模式

企業如何建構經營模式，根據 Hamel (2000) 指出，經營策略必須能夠清楚定義以下幾點：第一，產品及市場範圍，描述公司在何處從事競爭，界定顧客、地理區域、或是產品區隔；其二則是差異化基礎，說明公司競爭的運用方法與競爭者的差異。Austin et al. (2006) 指出，對一個社會企業來說，關注的通常不是市場大小或是市場吸引力，而是認知與回應社會需要、需求或市場失靈的問題。而其中最重要的問題在於如何使用創新的方法，有效的將有限資源做利用，滿足社會需求，達到自給自足的目的。

一、三義卓也藍染

- (一) 產銷一條龍：為了穩定藍靛染料的供應量以及堅持使用最優質的染料品質，自己種植藍草，自己生產藍靛，包括商品設計，商品行銷，層層把關，從生產到銷售服務，可以掌握產品及市場之競爭取向，以穩固產業在市場的地位。
- (二) 以機械設備代替人工：卓也為了改良藍草製靛的生產技術以及提升藍靛的製作品質，由第一代的半自動式設備發展到第三代全自動製靛設備，大幅節省原料與人力而且提高傳統藍布生產的效率。
- (三) 複合式經營方式：藍染產業結合了有機農場、山居民宿、養生餐廳、工藝小舖，結合發展為生態、生產、生活的複合式休閒企業，將藍染生活化、在地化、產業化，對生態環保及振興傳統工藝產業盡一份心力，也為藍染產業開創新紀元，是臺灣唯獨以企業化創新經營成功之典範。

二、日本德島 SUAISOU

- (一) 創業團隊：目前由 5 位年輕成員所組成，都是志同道合的夥伴，且各自擁有專長，工房從生產、管理、銷售以及財務管理，均由自己團體成員來完成，對於業務之推廣較顯容易。
- (二) 產銷一條龍：為了做出最好的品牌，所以 SUAISOU 堅持從種植藍草、製藍、漂洗、染布、設計、縫紉、商品銷售，一手包辦。
- (三) 傳統文化之保存：經營模式清楚界定於阿波藍傳統文化產業之宣揚，所

以堅持以古老傳統「地獄建」方式建藍製作染料，堅持不使用保險粉及氫氧化鈉溶液簡便化學之物代替，堅守以阿波藍傳統的木灰水、貝殼灰、麥麩作為建藍材質。

三、日本德島舞工房

(一) 複合式經營方式：多田正義先生除了在德島市進行珍貴的油漆塗裝事業外，與雕刻工匠聯同合作製作原創彩繪木工作品，將阿波藍染液應用透明陶瓷塗層。

(二) 異業結盟：透過 Urushi 工匠獨特的陶瓷塗層，創作原創油漆木工作品以及通過應用木紋的圖紋以及阿波藍優質的靛藍品質，創造出木工產業、油漆產業、陶瓷產業、以及阿波藍產業擴展了產品及市場的範圍。

(三) 守護傳統文化：多田正義先生從初中畢業後從事漆藝工作，已超過半世紀，雖然曾遭遇日本傳統房屋的改變，影響了漆藝產業，但多田正義先生不但對自己的職業可以堅守住，還能開發特殊的技術，守護傳統的文化及產業。

貳、商品區隔

產品區隔差異化是指企業以某種方式改變那些基本相同的產品，以使消費者相信這些產品存在差異而產生不同的偏好。按照產業組織理論，產品差異是市場結構的一個主要要素，企業控制市場的程度取決於它們使自己的產品差異化的成功程度。企業對於那些與其他產品存在差異的產品擁有絕對的優勢，這種優勢構築了其他企業進入該市場或行業的壁壘，形成競爭優勢。同時，企業在形成產品實體的要素上或在提供產品過程中，造成足以區別於其他同類產品以吸引購買者的特殊性，從而導致消費者的偏好和忠誠，產品差異化對於企業的營銷活動具有重要意義。

一、三義卓也藍染

(一) 商品專業設計：卓也藍染商品與其他工坊最大的差異化，在於商品的設計，衣服和鞋子專業度高者則委由知名的設計師專業設計，除此，其他商品都是由自己團隊具有美術與時尚設計背景的員工設計，商品透過專

業的設計以及藝術的創作，不但可以提升商品品質亦能提高其附加價值。

- (二) 商品以市場導向：卓也商品原先以設定女性，主力以中年人，比較具有經濟能力之購買者，但門市比較喜歡賣給年輕人，所以慢慢朝向擴展年輕人的商機以市場導向為主。
- (三) 商品材質之運用：卓也使用天然染色之染材，主要是以棉、麻、皮、毛、絲，卓也商品以衣服為主軸，所以以棉布為主，因為容易染色，牢色度較佳，因此其他材質的運用較少。

二、日本德島 SUAISOU

- (一) 商品設計：商品主軸以強調阿波藍的染色度，所以比較不著重於染色技藝以及圖紋的設計，以素染方式呈現阿波藍的風味。
- (二) 產品導向：日本第一位引進美國牛仔褲的白洲次郎先生，他住的別墅名字是武相莊，讀音就是「BUAISOU」。由於牛仔褲對現代人而言已成為基本配備，且流行於全世界，所以工房成立的目的，就是要將阿波藍應用於牛仔褲及外套，將日本藍行銷至全世界。
- (三) 商品材質之運用：除了布料為基本之染色材質，SUAISOU 團隊一直嘗試將阿波藍應用於各種不同的材質之染色，如木頭、瓷器以及化學纖維或合成纖維，也藉由國外辦展，在國外找尋更多可以應用阿波藍的材質，創作更多新奇的產品。

三、日本德島舞工房

- (一) 商品設計：多田正義先生將製造成分最好的阿波藍靛藍併入德島木製品，運用靛藍染布粘貼到木製家具上，加上其特殊的漆藝技法完成藍染木製品，以木工和靛藍展現在傢俱和餐具上之設計。
- (二) 商品特色：利用山上工藝的材料，使靛藍色閃耀的光澤，用雪松和楓木等白色材料，木紋淺而不均勻（不平坦），產生美麗的層次感，雖然沒有太多理想的樹木可以滿足，但我們選擇樹齡超過百年以上的優質材料，利用材料的特徵來設計作品，再透過工匠團體善於轆轤（ろくろ）和雕刻工作的工匠負責木工，之後多田先生再進行染色工程和油漆。

(三) 商品材質之運用：因為樹木本身有油分，靛藍染料是液體狀，樹木的種類必須經過慎重選擇，才能設計將藍靛置入。製作過程必須仔細地反覆噴灑邊界，以便樹木吸吮液體。才能每一個製造過程全部都是用手工製造。

參、行銷策略

周中理、陳正（2007）體驗是企業以服務為舞臺、商品為道具，創造出令消費者難忘回憶之活動；體驗是內在的，存於消費者心中，是消費者在形體、情緒及知識參與之所得。Schmitt（1999）認為體驗是個體對某些刺激回應的個別事件，涵蓋整體生活本質，通常是透過事件的直接觀察或參與而形成，其通常不是自發性而是被誘發產生，亦具相當之複雜性。因此無論何時，當一家企業有意識地以服務為舞臺，以商品為道具，使消費者融入其中，體驗就出現了（Pine and Gilmore, 1999）。故體驗是來自於個人的親身參與及經歷，非產品或服務上的特性，而是生活上之特質，更重要的是它能為生活創造價值隨著體驗經濟時代來臨，消費者重視從消費活動中獲得之難忘體驗，創造良好顧客價值與互動良好關係，故以體驗行銷吸引消費者已是未來的趨勢潮流。

一、三義卓也藍染

行銷策略主要以實體店面為主，因為藍染商品比一般市售商品價格高，大部分消費者以實際接觸商品的質感或款式，較有吸引的媚力。以設置手作體驗工坊，增加顧客對藍染工藝的認識以及創造深刻的體驗經驗，另外實體店面工藝展售中心、傳藝中心、異業結盟專櫃之外，同時利用國際展覽、文創博覽會、客家文化博覽會等文藝推廣，讓卓也創意商品不斷在媒體的曝光下，成為知名的藍染品牌。

二、日本德島 SUAISOU

透過國外辦展的工坊體驗，讓消費者對阿波藍及化學染有更多認識以及體驗活動，同時為他們帶來更多媒體採訪報導的機會，BUAISOU 善用網站、FB 社群管理以及分享擴散，做為他們行銷的利器，讓工坊在短短的幾年之間成了阿波藍的新寵兒。吸引許多來自世界各地的愛藍人士，以及創造跨界的紐

約服裝品牌 Left field，Hill-side、英國品牌 Drake's、運動品牌 New Balance 等合作之機會，對行銷阿波藍產業是一個創新的成功案例。

三、日本德島舞工房

德島藍染被稱為「Awa Ai」，它的美麗是由於靛藍成分顆粒大，接收光線並發出絢麗的色彩，所以在明治初期來到日本的西方人，稱日本的靛藍為「日本藍」。「舞工房」利用阿波藍優質的藍靛染料運用在德島百年的優質木頭材質，利用漆藝的工作技術開發了特殊的技術，想讓人感受得到德島的大海，天空和水色的藍。「舞工房」的行銷策略利用異材質的技術結合，共同開創木工產業、油漆產業、阿波藍產業的創新經營模式，讓舉世聞名的日本傳統工藝在國際舞臺上更加備受肯定。

第五章 結論與建議

藍染在臺灣、日本都是具有文化特色的地方產業，也是兩地早期重要的經濟產業。由於兩地受到地理環境、文化背景的不同，以及工藝技術發展的差異，造成臺日兩地藍靛製作與藍染技藝的工法以及應用，有顯著不同之差異。另外政府對於傳統產業的推動政策以及對傳統文化保存的保護措施，對藍染產業目前以及未來的發展有極大的影響力。藍染傳統工藝產業在現今全球化產業競爭下，產業的發展已從昔日的傳統實用的服飾發展為文化創意的工藝藝術品，且從傳統工藝產業逐漸轉型為文化創意產業。藍染產業經營者目前面臨的困難與挑戰，以及企業如何創造本身的價值與永續經營的基礎，本研究藉由深入臺灣新北市三峽、苗栗三義、屏東萬巒與日本德島等地，並選擇臺灣三義及日本德島三個成功個案作為討論對象，於本章總結研究成果與重點闡述研究發現，並提出本研究的研究限制所不足之處，以提供後續可深入研究之方向。

第一節 結論

壹、臺日藍染傳統工藝之發展

臺日兩地的藍染都是百年之工藝，臺灣的藍染技藝來自中國古代留傳下來，日本藍染最早也是由中國傳入到日本，但發展至今仍有各自不同的歷程，以及文化意涵的表徵，歸納說明如下：

一、發展歷史面向：

臺灣由於早期受過南島文化、古閩越文化、海盜文化以及荷蘭、西班牙占領臺灣帶來的歐洲文化、明鄭時期的閩南文化和客家文化以及日據時期帶入的日本文化，造成臺灣文化多元的面向。所以臺灣工藝的表現除了原住民的文化較為鮮明，客家早期藍染工藝是表現在藍衫，以實用便利為訴求，比較不講究其設計之美感。日本人由於高度嚴謹，自我要求的民族意識，以及高度的征服

慾的影響，凡事以追求創造日本第一為目標，所以日本的工藝表現一向是以精益求精，加上日本的紡織業十分發達，讓阿波藍產業一直保持著重要的地位。

二、文化意涵面向：

在臺日文化差異方面，日本文化注重團體和諧，講求榮辱與共所謂的「大和文化」，臺灣生意人比較講求利益，注重事件主題的直接感覺，二者不同民族文化差異亦表現在藍染所代表的文化意涵上。臺灣藍染商品的設計以傳統的圖紋樣式居多，但日本大都是以文化元素為創作設計，將藍染製作成精緻的工藝，除了具有實用之外，還能讓消費者享受日本文化意涵的藝術之美。

貳、臺日藍染傳統工藝之藍靛與染色方法

臺灣與日本二地藍染在不同的時空背景下發展出不同的藍染工藝，本研究就藍靛的製作與染布技藝異同歸納如下：

一、藍靛的製作

臺灣與日本藍染工藝的起源皆來自於中國，最早的藍染應用於布料之染色，講求實用及耐性，所以早期工藝工法著重於藍靛的製作，臺灣的地形和氣候適合山藍與木藍之生長，而日本德島是屬於溫帶氣候比較適合蓼藍植物之生長，所以藍靛的製作工法雖不盡相同，但藍靛染料曾發展為兩地重要的產業。臺灣藍靛產業在明清時期是重要的經濟作物，也是占居貿易出口重要之地位，日本則由於棉花盛產帶動國內染料的需求以內銷為主。早期三峽是藍染重鎮與德島阿波藍的興盛，是由二地適宜藍草之生長，以地方型的產業型態作為發展基礎，而帶動染布業、服飾業以及相關產業的發達。臺灣由於高經濟作物的取代造成藍染產業的沒落，以及遭受化學染料的衝擊而造成產業消失近百年，反觀日本也曾面臨印度合成染料的進口以及歐洲化學染料的衝擊，造成阿波藍產量之減少，從室町時代歷經數百年依然被保存著，顯然兩地對傳統產業有不同的看待。臺灣產業的衰退是由於新產業的興起，國人慣以追求高經濟高獲利為經營取向，如果政府沒有適當的輔導政策，傳統產業就很容易被取代，反觀日本因為重視文化之保存，國家利用保存或振興團體力量，讓傳統產業可以永續經營。

二、染布的技藝

臺灣染布的技藝主要以「絞纈」、「夾纈」、「灰纈」、「蠟纈」四大技法之運用。染技運用於麻、葛、絲、皮、毛、棉等天然纖維為主，藍染創意商品的呈現仍以布料材質居多。但日本除了運用四大基本技法之外，利用藝術創作的友禪染，或結合緝織技術，以藍染繪緝織布技法組合成非常繁盛的藍染棉質緝織物。日本的染色工藝中，可從各地盛行藍染的染布屋（紺屋）看出藍染占有重要之地位。日本德島的藍靛產業、染布產業、織布產業已擁有悠久的歷史，但日本為了保存其文化及製造技術，如今仍不斷在找尋技術的突破與產品的創新。

參、臺日藍染傳統工藝產業之發展

目前臺灣藍染產業主要是由工藝研究中心受訓後之學員作為傳承與推廣，經營者以退休人員居多，而且目前尚無後繼者的加入，唯恐將來藍染工藝技術出現斷層，以及產業漸漸凋零的現象。日本將藍染工藝納入德島縣內外學校的文化學習課程，以學期行事活動辦理藍之館的校外參觀，在文化觀光設施中設置阿波藍染色體驗活動。臺灣應該將藍染納為校園鄉土文化課程的一部分，通過教師的教授，一代一代有創新、有目的性的傳授下去。這樣一方面可以避免文化傳承的斷層，另一方面可以將傳統工藝融入學生與當地環境之間的情感經驗，共同為藍染傳統工藝進行設計、創新紮根的基礎工程，讓更多的人參與在藍染的生活中。

綜合臺灣與日本德島目前藍染產業發展現況，透過田調的觀察、文獻的蒐集以及受訪者之訪談內容，研究者將臺日兩地藍染產業發展情形綜整簡要之比較（如表 5-1-1）。

表 5-1-1 臺灣與日本藍染產業之比較表

產業面向	臺灣地區	德島地區
藍草植物	1. 藍草：主要以山藍、木藍為主 2. 藍草繁殖：扦插方式	1. 藍草：主要以蓼藍為主 2. 藍草繁殖：播種方式

	3. 藍草收成：不論山藍或木藍一年四季皆可生長，一年二獲	3. 藍草收成：6、8 月可採收，一年二獲
藍靛製做方法	沉澱法	發酵法
藍靛品質鑑別	直接觀察法或儀器檢測分析	直接觀察法或手板法
染技運用	1.「素染」、「絞染」、「夾染」、「型染」、「蠟染」等技法 2.基本技法運用	1.「段染」、「型染」、「蠟染」、「絞染」、「阿波緞織物染」、「友禪染」等技法 2.運用：「緋織」、「筒描」、「刺子」、「裂織」、「接合」、「貼花」等技法
藍染材質	麻、葛、絲、皮、毛、棉等天然纖維	麻、葛、絲、皮、毛、棉等天然纖維；合成纖維牛仔布料；陶瓷、木器等
保存振興團體	「國立臺灣工藝研究中心」、「臺灣藍四季研究會」	「德島縣阿波藍生產振興部會」、「德島縣藍染研究會」、「阿波藍製造技術保存會」
博物館	目前尚未建置	「藍之館」歷史館、「三木文庫」展示館
產業分布區域	分散北中南各地區	產業群聚，集中於吉野川流域附近
經營模式	「個人工坊」、「文化團體協會」、「企業化」經營模式等	「工房」、「会社」
相關產業	「藍靛染料」、「胚布與器材助劑業」	「藍藍所」、「染工房」、「織布工場」

資料來源：研究者整理

肆、臺日藍染傳統工藝產業之創新經營

研究者在調查臺日兩地的藍染傳統工藝，檢討銷售品牌化、經營產業化、產品多樣化的創新產業，由臺灣「三義卓也藍染」與日本德島「BUAISOU」及「舞工房」

的三個研究案例中，研究者發現企業找到自擁優勢後，要取得持續性的競爭優勢（Sustainable Competitive Advantage），企業要繼續創新，不斷地在學習性實驗中找到下一個自擁優勢。「三義卓也藍染」的負責人鄭老師的創業精神及大量栽培新人，使得「卓也藍染」能不斷的進行學習性的商品實驗。「BUAISOU」善用網站、FB 社群管理加以分享擴散。由於新一代的年輕人善於求新求變，勇於挑戰，以及懂得善用網路及媒體是可增加其市場生存機率。「舞工房」一直在開發新材質，增加管理能力降低營業成本。從這三研究個案中研究者發現他們都非常瞭解競爭對手的企業策略，在深度訪談中，同時發現三個個案對自己的企業策略都非常有自信，他們的共同想法都認為模仿與複製對手的策略，只會使同業間差異變小，造成產業內的競爭提升，對彼此沒有任何好處。所以做好與競爭者的市場區隔，並非一味的模仿成功者，而是必須創造出同業的差異化，才能成為持續競爭的元素。

第二節 建議

本研究針對藍染傳統工藝產業在現今全球化產業競爭趨勢下，業者如何透過創新經營來創造企業本身的價值與永續經營的基礎，透過田野調查及文獻資料之蒐集，探討臺灣與日本之藍染產業發展現況，並且透過個案研究剖析臺日藍染傳統工藝在經營模式、行銷策略以及商品區隔的成功案例，做為國內個人工坊、協會社團之借鏡。在工業化時代，機器量化生產造成商品價格低廉的競爭下，藍染傳統工藝的利潤日趨衰退。本研究的三個個案雖在產業劇烈的競爭中，依然能夠持續發現自己擁有的優勢並且不斷的創新，與競爭者做出區隔方法，產生持續性的競爭優勢，特別是面對消費者需求的多元化，以及文創商品流行之變化迅速，能夠不斷地推陳出新，保留其在市場的地位，進而帶動藍染傳統工藝產業永續經營與發揮文化保存之積極意義。另外針對日本政府對於阿波藍產業的保存與振興政策，讓阿波藍產業在面臨化學染料的衝擊下，依然可以保存至今，可供政府在傳統工藝產業之推動與文化之保存作為借鏡。

壹、業者面向

- 一、產品創新之改變：商品除了應用基本的染布技法，呈現傳統的圖紋，應該更多利用地方的故事、典故、傳奇性之地方文化元素，融入商品的設計，成為具有獨特性的文創商品。商品價格高，就必須創造商品本身的附加價值，除了商品設計的款式、材質的搭配、文化元素圖紋的融入，以及藝術創作的美感等，都能提升商品的價值，商品的價值性愈高，就能愈貼近消費者購買的意願。業者除了商品多樣化的創新，應該將藍染技法更多應用於異材質的創新開發，讓商品與同業競爭者產生差異化，而享有商品市場獨占的優勢，讓藍染產業化，商品多元化，創新、創意、獨特的品牌化商品，業者即能在藍染產業中占有一席之地。
- 二、經營模式之改變：目前臺灣個人工坊與文化團體協會工坊的傳統經營模式，工坊以辦理藍染教學與體驗為主，在人潮不穩定的情況下，可能面臨經營的困難。工坊除了可以結合在地的休閒農場、民宿或其他工藝工坊聯合展售商品之外，可利用文化觀光據點，辦理藍染之展覽，讓遊客更多認識化學染與天然染的不同，在情境中體驗認識藍染美妙變化以及推廣藍染對於人體健康和環境保護正面的影響，引發遊客更多的共鳴。
- 三、行銷策略之改變：目前工坊的商品銷售，主要是以自己的工坊為展售平臺，購買者以上課學員或到工坊體驗之客人為主。除此，可利用當地節慶、大型活動、客家博覽會或地方客家文物館作為展售中心，或透過網路購物平臺，增加業者、商品、工坊的曝光機會以及媒體的宣傳或網路社群的擴散分享，才能創造更多的客源。
- 四、競爭觀念之改變：藍染產業目前在臺灣的發展是屬於微型文化產業，市場小競爭大，大家為了生存，同業之間彼此惡性競爭，對產業造成許多負面影響。建議業者應該將更多心力投入於開創提升自己的競爭力，避免耗費於不良之競爭。針對區域性公部門的資源分配，業者之間可聯合組成「藍

染發展協會」，將生產及行銷資源做有效整合或利用，讓業者之間可以求得共好，共同齊心努力發展地方特色的藍染文化產業。

貳、政府面向

- 一、日本政府為了振興鄉土阿波藍產業，設立了「德島縣阿波藍生產振興部會」；為了阿波藍製造傳統技術及探究阿波藍染料的新用途，設立了「德島縣藍染研究會」(今改稱「德島縣立工業技術中心」)；為了保存和發展阿波藍的製造技術，設立了「阿波藍製造技術保存會」，上述振興團體是支撐阿波藍產業最大的後盾。臺灣雖有設置「國立臺灣工藝研究發展中心」，扶植工藝產業，建議政府對於工藝文化產業的「保護傳承」與「創新開發」應該由不同的單位團體專業分工負責，文化價值與經濟效益才能達到並存與發展。
- 二、歷史館與展示館的設立，對傳統文化的宣傳及推廣有重要的意義及價值，建議政府可利用藍染業者群聚或發展重鎮成立相關工藝館或博物館，作為臺灣藍染文化觀光據點、產業推廣及文化保存之重要設施。除了文獻典藏方面的呈現，展館內部規劃設計大型的體驗場所，將臺灣傳統工藝納入校園鄉土文化課程的學習，可避免傳統工藝消失及文化傳承的斷層。臺灣雖然有許多文史館的設置，但多處已淪為蚊子館，原因是展館內容不够豐富且顯粗糙，情境式體驗活動大都為象徵性，無法深入人心，日本「藍之館」歷史館值得我們仿效。
- 三、日本對於阿波藍製造精湛之技術，國家給予指定為「無形文化財」，並且對於製造技術者授與「卓越技能現代名工」的榮譽，對匠師而言是極為榮耀之殊榮，受到國家的重視，代表著匠師的技術受到肯定，阿波藍產業也受到了照顧，當匠師的製造技術獲得保存，文化工藝產業就不會消失，對於匠師的後繼者而言，傳統阿波藍文化產業的保存與傳承已成為他們神聖的使命。建議國立工藝發展中心對於工藝認證，工藝品牌的扶植、工藝優良

藝品的遴選認證以及匠師製造技術的認證能確實落實，讓更多珍貴的藍染文化資產被保存下來，使藍染文化傳承綿延不斷。

四、政府公部門應整合可利用之閒置空間或資源，合理平均分配給民間團體使用，資源若全部集中於特定團體，只會造成業者之間的不滿與惡性競爭。另外政府應該扮演輔助之角色，協助工藝業者及傳統工藝廣為宣傳，或利用博覽會大型活動，提供業者展售平臺，讓業者及其商品有更多展示及曝光的機會，相信在政府的參與及鼓勵之下，帶動國人對傳統工藝與藝術有更多的認同及增加購買使用的機會。

第三節 後續研究建議

本研究主要以臺灣三峽、三義、屏東與日本德島的藍染產業作為調查的大範圍形式，研究者受限於時間及人力，未能對兩地藍染產業做全面完整之調查，所以研究內容難免有疏漏。後續建議未來研究，可將臺灣其他地區及日本琉球藍納為研究範圍及對象，進一步深入探討，以期瞭解臺灣與日本藍染產業發展之全貌。本研究以選擇具代表性之業者作為個案研究，探討創新經營之成功案例作為研究分析，嗣後可繼續研究比較分析臺日兩地文化保存政策的制訂與論述，並透過兩地歷史文化的比較過程，作為臺灣傳統工藝精進指標之參考。另外可針對中國大陸、印度、韓國或其他東南亞國家藍染產業發展之情形，以及探討藍染技藝、文化創意商品設計之特色深入研究，以作為臺灣藍染業者技術提升學習之參考。

參考文獻

中文文獻：

- (北魏)賈思勰(1983-1986)。**齊民要術**。臺北：商務印書館。
- (東漢)許慎撰、(清)段玉裁注(1999)。**說文解字**。臺北：萬卷樓圖書公司。
- (漢)戴德(1977)。**大戴禮**。臺北：龍泉出版社。
- 川人美洋子著、馬芬妹譯(2016)。**阿波藍**。花蓮：美崙磁學社。
- 文崇一(1993)。**調查訪問法，社會及行為科學研究法**，楊國樞等編，頁549-586。
臺北：臺灣東華。
- 王文科(1999)。**教育研究法**。臺北：五南。
- 伊能嘉矩著、江慶林等譯(2017)。**臺灣文化志·上卷**。新北：大家出版社。
- 全國意向顧問股份有限公司(2011)。**99年至100年全國客家人口基礎資料調查研究**。臺北：行政院客家委員會。
- 李振亮(2012)。**行業品牌建立與策略管理**。國立高雄餐旅大學旅遊管理研究所碩士論文，未出版，高雄。
- 李瑞英(2014)。**美濃九芎林藍染產業鏈之研究**。國立高雄師範大學客家文化研究所碩士論文，未出版，高雄。
- 周中理、陳正(2007)。**體驗行銷策略、顧客關係管理與行銷績效關係模式研究—臺灣旅館業之驗證**。**行銷評論**，4(3)，339-364。
- 林佩璇(2000)。**個案研究及其在教育研究上的應用**。中正大學「質的研究」研討會會議論文。
- 林青玫、蕭淑華、林卿慧、姚亦庭、黃于恬(2009)。**臺灣藍染文化與服飾設計之應用**。**華岡紡織期刊**，16(2)，191-200。
- 林炯任(2007)。**三峽藍染業的發展與蛻變**。國立臺北大學民俗藝術研究所碩士論文，未出版，臺北。
- 邱憶惠(2009)。**個案研究：質化取向**。**教育研究**，7，113-127。

- 施丞泰 (2008)。傳統工藝產業轉型文化創意產業的行銷策略探討。國立中正大學行銷管理研究所碩士論文，未出版，嘉義。
- 洪維揚 (2016)。一本就懂日本史。臺中：好讀出版。
- 徐成霖 (2009)。中國工藝史。高雄：復文圖書出版社。
- 涂豐恩 (2015)。大人的日本史。臺北：平安文化出版。
- 馬芬妹 (1997)。傳統藍染技法應用於天然纖維染色之研究。南投：臺灣省手工業研究所。
- 馬芬妹 (1999)。青出於藍—臺灣藍染技術系譜與藍染工藝之美。南投：臺灣省手工業研究所。
- 馬芬妹 (2010)。臺灣藍染工藝產業的變遷與新發展。臺灣文獻，61 (2)，153-188。
- 馬芬妹 (2016)。臺灣藍 草木情—植物藍靛染色技藝手冊。南投：國立臺灣工藝研究所。
- 高菊珠 (2009)。藍染與六堆地區文化創意產業發展之研究。國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士論文，未出版，屏東。
- 國立臺灣工藝研究所編 (2001)。臺灣漆藝的傳承與再生情出於藍—臺灣傳統藍靛染色工藝技術的復育與運用。南投：國立臺灣工藝研究所。
- 國立臺灣工藝研究所編 (2008)。傳承與創新—臺日藍染文化講座研討會論文專輯。南投：國立臺灣工藝研究所。
- 張慧貞 (2012)。藍染的創新擴散與社會行銷—以苗栗縣天然手創染布協會為例。國立聯合大學經濟與社會研究所碩士論文，未出版，苗栗。
- 郭生玉 (1986)。心理與教育研究法。臺北：精華。
- 陳千惠 (2006)。臺灣植物染圖鑑。臺北：天下文化。
- 陳文亮 (2010)。應用 Kano 模式與 IPA 分析探討家電產品關鍵設計屬性之研究。2010 中華民國設計學會第 15 屆設計學術研究成果研討會。
- 陳振杰、黃榮琿、蔡漢生、吳連賞 (2008)。高雄市文化創意產業發展的現狀與前景規劃之研究。環境與世界，18，43-73。

陳景林 (2004)。天然藍靛在纖維藝術上的創作研究。國立臺灣師範大學美術系在職進修研究所碩士論文，未出版，臺北。

彭思舟、吳建忠 (2012)。臺灣文創新論—臺灣社會的十四項另類文創觀察。臺北：秀威資訊科技。

黃光男 (2016)。文化創意產業 20 講。臺北：藝術家出版。

楊銘賢、吳濟聰、蘇哲仁、高慈慧 (2009)。社會企業經營模式之建構。創業管理研究，4 (4)，57-83。

聞人軍 (1990)。考工記。臺北：明文書局。

劉榮芳 (2012)。品牌塑造與維持—以麗嬰房公司 O 品牌為例。國立中山大學高階經營碩士班，未出版，高雄。

蔡承豪 (2002)。從染料到染坊—17 至 19 世紀臺灣藍靛。國立暨南國際大學歷史學系碩士論文，未出版，南投。

鄭美淑 (2016)。又見一抹藍—大菁藍手 10 年記。宜蘭：上旗文化。

鄭鈞宇 (2009)。三義地區旅遊資源研究。國立臺中教育大學社會科教育學系碩士論文，未出版，臺中。

賴坤成 (2010)。網際網路三維地理資訊系統於文化觀光發展之應用—以苗栗縣三義鄉為例。國立聯合大學資訊與社會研究所碩士論文，未出版，苗栗。

謝凱雯、榊原一也 (2013)。日本服飾零售業「UNIQLO」、「MUJI」、「SHIMAMURA」創新經營模式。商管科技季刊，14 (2)，121-142。

顧琪君 (2000)。由傳統工藝談工藝的振興。臺灣工藝，5，10-17。

Danny L. Jorgensen 著、王昭正、朱瑞淵譯 (1999)。參與觀察法。臺北：弘智文化出版社。

Michael E. Porter 著，周旭華譯 (2007)。競爭策略—產業環境及競爭者分析。臺北：天下遠見。

外文文獻：

川人美洋子 (2000)。德島の藍染工藝。日本：德島縣立工業技術中心。

川人美洋子 (2010)。交流とこれからの阿波藍。織維と工藝，66 (11)，386-391。

Aaker, D. (1991). Managing Brand Equity. Capitalizing on the Value of a Brand

Name. .New York.

Austin et al. (2006). "Social and Commercial Entrepreneurship: Entrepreneurship Theory and Practice.

Hamel, G. (2000). Leading the Revolution. Boston: Harvard Business School Press.

Kotler, P. (1998). Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control. New Jersey : Prentice-Hall.

Merriam, S. B. (1988). Case study research in education. Thousand Oaks, CA : Jossey-Bass.

Pine B.J. and J.H. Gilmore. (1999). The experience economy: work is theatre & every business a stage, 1999, 1st ed., Boston: Harvard Business School Press.

Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing: How to get customer to sense, feel, think, act, relate to your company and brands.

網路資料：

三本文庫展示館 (2018)。三本文庫。2018年5月8日，取自

<http://www.mikibunko.jp/outline.html>.

三義鄉公所 (2018)。三義歷史。2018年3月10日，取自

http://www.sanyi.gov.tw/sanyi_township/normalContent.

王琪羿、高貫洲 (2017)。當藝術遇見化學：藍染魔法與化學神功的融合交會。臺灣化學教育，22期專題。2018年5月22日，取自

<http://chemed.chemistry.org.tw/?p=25993>

國立臺灣工藝研究發展中心 (2018)。工藝基因庫。2018年5月4日，取自

<https://www.ntcri.gov.tw/dnatypelist>.

德島縣廳 (2018)。德島縣介紹。2018年3月12日，取自

<https://www.pref.tokushima.lg.jp/tw/japanese/about/summary>.

藍之館（2018）。藍染住町歴史館藍之館。德島観光 Discover Tokushima, Japan。
2018年5月1日，取自 https://discovertokushima.net/tw/culture/museums_history/seum-ai-no-yakata/

藍屋敷（2018）。おくむら徳島県藍住町より「JAPAN BLUE」として世界に知ら。2018年4月30日，取自 <http://aizome-tokushima.jp/>

王琪羿、高貫洲（2017）。當藝術遇見化學：藍染魔法與化學神功的融合交會。臺灣化學教育，第22期專題。取自 <http://chemed.chemistry.org.tw/>

附錄一 藍染產業調查表

個案編號		受訪者	
訪談日期		訪談地點	
訪問者		紀錄者	

1. 廠家公司行號：
2. 廠家地址：
3. 業者姓名：
4. 業者性別：男性 女性
5. 廠家經營年數：
6. 廠家經營模式：主要—批發 零售；次要—批發 零售
7. 廠家行銷通路：實體店面 網路商店 其他：
8. 廠家型態：店面 工廠 工作坊 其他：
9. 廠家格局：10坪以下 10坪以上 其他：
10. 產銷模式：自產自銷 銷售，無生產 生產，無銷售（代工）

附錄二 深度訪談逐字稿

編號	受訪者（年齡）	訪談日期	訪談地點
T01	朱匠師（67歲）	2017.03.12	三峽藍染生活工坊

Q：請問朱老師，工藝有很多種類，為什麼您會選擇從事藍染且堅持到如今？

A：因為我從年輕就熱愛手工藝，做手工藝已經陪伴了我將近 50 年，已經有了深厚的感情，雖然做手工藝很辛苦，賺的錢又很少，但是還是要堅持下去，不然就消失不見了。喜歡藍染是因為它不但是老祖宗留下來的智慧，在染完每一塊布料攤開後，都是一個驚喜，每一件作品都是獨一無二的藝術作品，自己很喜歡。

Q：工坊展售的商品全部由朱老師一手設計及縫製而成，工坊平常只靠個人臉書分享訊息照片，商品銷售是靠工坊實體店面和客家文物館寄售，請問您藍染商品好銷售嗎？有針對特定年齡層或族群作設計嗎？

A：不好賣，因為商品價格比市面化學染的價位貴，很多人看，買的人不多。所以我的東西比較不講求時尚或流行，都是以生活用品，實用的為主，像帽子和包包就賣的比較好。沒有設定族群要賣給誰，來買的都是客顧客看上喜歡就會買，大概是 40-50 歲經濟比較穩定的女性居多，工坊最主要還是以遊覽車來的遊客和學校 DIY 體驗比較多。

Q：藍染傳統工藝產業在國立臺灣工藝發展中心推動之下，三峽地區有成立很多工坊和 DIY 體驗場所，您覺得自己的競爭優勢是什麼？或是經營上有遇到什麼比較困難的？

A：比較有競爭優勢的應該是東西，這裡看到的都是我自己一手設計縫紉做的，因為我本身就是學裁縫的，所以工會比較細也比較紮實，雖然客人不多，但是喜歡我作品的人一定會找我買。至於經營工坊比較困難的是，因為做手工藝這行很辛苦，所以年輕人不願意學也不願意做，後繼無人。還有就是工坊面積小比較不起眼，大的團體比較不會找我，而且到客家文化園區借場地費用也不大便宜不划算，

因為藍染是手工又是天然的東西，成本比較高，相對價格也會比較貴，所以顧客就少。每年只拿到政府給的DIY材料費2萬元，因為政府資源都是給特定團體，我們小工坊什麼資源都沒有，而且因為這個行業市場原本就小，同業間又會相互惡性競爭，所以做起來是蠻辛苦的。

Q：請問朱老師在關於經營藍染產業這方面想提供給政府單位什麼寶貴意見，或希望政府提供什麼資源或政策上給予輔助？

A：希望政府單位能多為藍染傳統工藝作宣傳，讓更多人知道，希望可以當作禮品賣，這個產業才不會消失不見。也希望政府的資源不要只給某些特定團體，小工坊都沒有辦法拿到公部門的資源，希望資源能平均化，包括三峽歷史文物館之空間利用，能開放給更多有意願的業者一起參加，讓更多工作者有曝光的機會。

〈訪談結束〉

編號	受訪者（年齡）	訪談日期	訪談地點
T02	劉總幹事（56歲）	2018.02.28	三峽染工坊

Q：請問染工坊是由協會成立的，所以協會的會員就是工坊的工作團隊嗎？藍染商品的製作及銷售也是由協會來推動嗎？協會劉總幹事回應：

A：目前協會和工坊的業務是透過理監事開會，讓核心會員討論決定，企劃案主要是由理事長負責寫，我是負責做事的人。工坊的成員大部分都是協會比較有參與的會員、社區媽媽和退休人員，平均年齡超過 50 歲以上，雖然以前有開放大學生來工坊實習，但都是為了功課來的，對工坊的幫助不大，因為協會沒有固定的收入，所以目前來幫忙的都只能給鐘點費，協會還沒有能力每月支付 22K，年輕人不會想在這裡工作，其實藍染工藝產業是有發展的前景，但是現在年輕人看不到，所以現在工坊成員大部分都是超過半百的人。藍染從原料製造到成品都是由會員自己來，包括展售也是由自己工作團隊和志工來做。

Q：目前藍染手工藝品是透過什麼管道做銷售，產品設計有針對特定族群嗎？或是有跟其他業界異業結盟嗎？

A：東西都是在自己的工坊做展售，還有協會的網站，因為沒有年輕人幫忙，所以網路上的東西比較少缺少更新。利用客家博覽會和活動增加商品的曝光，之前也有在機場、紅樓、故事館及國外辦展作推廣，商品放久會褪色，效果不好，目前是没有跟其他業界合作，也沒有打算，因為問題很多。商品設計沒有針對特定族群，都是喜歡藍染的人來購買，年齡層大部分是 30 歲以上，有經濟收入的人。

Q：藍染傳統工藝產業在臺灣工藝發展中心馬芬妹老師的推動下，三峽地區目前有很多工坊和 DIY 體驗所，您覺得協會的染工坊競爭優勢是什麼？經營上遇到最大的困難什麼？

A：工坊的優勢是很多公家單位和學校會找我們辦課程或活動，最有成就感的是幼兒園和中小學的課程教學，大部分小朋友都很有興趣，從小讓他們認識藍染，是一個很好的推廣，對我而言是很有意義的工作。工坊遇到最大的困難是協會

沒有屬於自己固定的地方，必須向公所標歷史文物館使用，每三年一標，如果沒有得標到就必須搬到別的地方，場所不固定，是工坊最大的問題。另外同業間相互扯後腿，會員離開出去另成立工坊，反而回來跟協會惡性競爭搶資源，大家為了生存，有時候弄得很不愉快。

Q：請問老師在關於經營藍染產業這方面想提供給政府單位什麼寶貴意見，或希望政府提供什麼資源或政策上給予輔助？

A：希望政府能夠釋放更多閒置空間，來提供文史工作者或工藝社團使用，這樣藍染傳統工藝才有辦法繼續生存下去。工坊也想成立自己的品牌，但是太難申請了，條件很多費用不便宜又有效期問題，希望政府對手工藝品專利的申請能降低門檻。另外希望工藝中心對於工藝師的認證能儘速落實，以提昇業師在學校任教的專業度。

〈訪談結束〉

編號	受訪者（年齡）	訪談日期	訪談地點
T03	鄭老師（56歲）	2018.04.17	卓也藍染園區

Q：請問鄭老師三義藍染的歷史起源及發展狀況？

A：工坊藍染早就沒有了，已經消失一甲子了，只是整個北部山區應該都可以找到它的踪跡，我也是去北部找的。至於三義應該是有，可是我們三義客家的老阿嬤，她們還有穿藍布衫，應該是上百歲的人有留下來的，至於三義應該是有這段歷史，三峽確定以前是有，只是我看我們這邊的老人家裡還是有藍布衫。

Q：為什麼想將藍染當作一個產業經營？先有卓也小屋還是先有藍染？

A：先有卓也小屋，卓也小屋成立於2004年，2005年才有藍染，剛開始只有竹子搭一搭作為體驗，當初也不是我自己弄，那時我還在學校教書，是由馬老師學生，算來有三位來經營工坊，直到我退休後，她們也有各自發展的空間，然後我才一直想把它發展成產業。我原本就有農育作物，想要探究這個東西，才去馬老師那邊學，大概從93年開始一直去上課，連續上了幾期的課，那時候一邊在學校上課，一邊學做藍染，到2006年才移到上面的工廠。

Q：請問鄭老師現在工廠裡有多少員工？

A：17位左右，這邊4位，店鋪大約7-8位，店鋪還有傳藝，二邊店鋪有7位。我先生以前是在做庭園景觀的，在老家剛好家裡旁邊有塊空地，就在老家做吃的，剛好那時候休閒產業非常蓬勃發展，當時也做得蠻不錯的，所以就開始出來找地，來到這裡先種樹做餐廳民宿，因為推廣民宿和餐廳要有產業的結合，當時不只藍染，所有的植物染都做，後來覺得藍染比較有門檻，覺得可以比較可以玩得深入一點。

Q：請問在經營藍染這塊有接受客委會的補助嗎？

A：其實可以說幾乎沒有，前幾年有去參加過客家博覽會，但是生意不好，去的都是客家老人。我們的客家特色商品就是桐花絲巾，是店裡賣得最好的，但桐花好不容易熱絡起來，但這幾年桐花的活動幾乎都沒有了。

Q：早期藍染商品都比較傳統或是單一顏色的藍衫，相較於卓也的商品顯得蠻時尚的請問產品是由自己的團隊或異業結盟設計的？

A：所有的商品除了衣服以外，都是自己做的，衣服全部都是委外的，有3位設計師在配合。用自己的布，找設計師，自己再找打版打樣師，再找裁縫衣服的，還蠻複雜的。其他商品都是自己設計的，包括包包、小物件，鞋子也是委外的。圖樣設計師有4、5位，商品設計有現在有3位，都是美術或時尚設計系相關科系畢業的)。

Q：請問有關商品設計，鄭老師是否有特別的設計理念或針對特定族群來做設計呢？

A：原本之前是以少婦為對象，現在可能會要走年輕的方向。我本身是學農的，我很容易把藍料做得很好，把布染得很好，藍靛做得好，但是後來圖案設計或商品設計就全部開放給年輕人去發想，年輕人設計就變化無窮了。

Q：三峽有藍染，三義也有藍染，請問您的藍染跟其他的藍染有什麼不一樣？

A：其他的藍染，馬老師培訓出來的子弟兵，大概從91年開始都是一些媽媽或貴婦，他們學一學要不然出來開個人工坊，要不然就是學一學好玩，91-100年有多少人出來，但是沒有人把它做起來，有的話，三峽大概三角湧是比較成熟，但還是屬於社區型的，一般人要拿錢出來是比較不可能，我們家是因為花自己的錢，就會想要把它做好，我可能是自己要的使命感和個性的關係，想要把這件事情做好的意識太強烈，從種藍草，現在種二甲多，從做藍靛到後端染布、開發商品、商品行銷、品牌建立通通自己來，花自己的錢，花自己的錢是因早期民宿餐廳有賺錢，所賺的錢都投入藍染，貼了10年的青春、金錢和設備通通都貼下去了，所以不得不把它做好。馬老師也常講，你們如果不堅持做下去，最後還是曇花一現，因為已經消失一甲子了，在馬老師培育的一群人，每一個人出來都是玩玩的，只有我做最大，陳景林老師是做植物染，三峽都是做體驗的，沒有很大的東西做販售，如果不是這樣做下去，將來也會消失不見，以後要回來就很難了，我主要是一直不斷地做推廣。

Q：誠如前面鄭老師提到，未來卓也商品的走向會是以年輕族群為主，藍染商品是比較屬於高單價，是否會考慮年輕人的消費能力？

A：原先是設定女性，雖然也會走年輕人這一塊，但是我的主力還是會在我這種年紀，比較有能力購買，門市比較喜歡賣給年輕人，但我比較想賣的是我這種年的，但我們會討論，不能完全不賣年輕人的東西。我們的布選擇就很大了，種類以棉毛為主，顏色又那麼單一，設計師必須對我們的東西非常夠瞭解，然後才能够去發想，我沒有設定什麼。現在產品設計或衣服有二個方向，一個方向是白布去做衣服，能用的布不多，我們找布回來試染到布上色及堅牢度很好的，才會下單買布回來。一個是將白布給做衣服的，衣服做好再回來染色，像山水染，另外一個方向是將布染好再做衣服，衣服做好素布可以加上紋布，我們有幾款紋布是比較固定的，蠟染是由他們創作發揮，有幾款在量產的紋布，比較會配合其他布料設計出不一樣的東西。大概是這二個方向。做衣服或其他包袋類的，在設計之前會想用那一款布配什麼布料，基本上都是藍色的。

Q：藍染傳統工藝因應時代潮流就是一定要創新，我發現店裡商品，不只衣服還包括手提袋及小配件都是很新穎的設計而且商品種類很多。

A：我們的商品項種類實在很多，業務在外面看到什麼就會帶回來，設計的妹妹基本上都能設計得出來，品項太多，都是以市場取向，慢慢有些東西就會淘汰掉，但有些早期的基本款，原本想要淘汰，但又賣得很穩定，一直有一定的銷售量。因為品項多也造成庫存也多，但我知道這些東西沒有一件是賣不掉的。

Q：請問鄭老師卓也為什麼要成立品牌，成立品牌是一個大膽的冒險？

A：我從來不知道成立品牌是什麼樣東西，但我知道我如果沒有把品牌打出去，像這麼貴的東西如果沒有讓人知道卓也就是天然染色，我沒有辦法把價格提高。像山水那件亞麻的，一般普通化學染頂多2、3千元，但我的要價賣到6千多，我必須有說服人家購買的理由，一個是天然染色，另外就是每一件都是手紮的，天然染色是我主要強調的。

Q：請問鄭老師是否有和其他行業異業結盟或者互相合作？

A：唯一個是林百貨，唐朝設計在林百貨設有專櫃，我的店包括傳藝也是他們設計的，店裡的包裝也是給他們設計的，除此，我們的東西是完全不寄售的，之前

磨菇室內裝潢公司常會跟我們訂，其他設計公司也會訂，行銷通路主要是二間實體通路，還有誠品，目前已談妥，將來去誠品設櫃臺北會以衣服為主。

Q：請問有那一種技法的東西會比較好賣嗎？

A：有，中國古代四大技法：絞型、蠟型、灰型、夾型，我本來以為灰型比較好複製，本來以為會比較好賣，但是客人不喜歡，因為這樣比較沒有手感，反而覺得蠟型和絞型，畫上去的比較有手感，型圖藍染比較像印上去的，其實印上去的也是我們設計的，但是客人不要型染，實體賣得最好是桐花絲巾，店裡主打的商品是衣服。

Q：請問卓也未來有想要擴店或外銷國外的遠景？

A：有，很難，我去年幾乎都在大陸，本來有想，而且有幾個點到現在還一直在催，但現在比較不會想了，因為身體一直在生病，因為在大陸情緒壓力很大，壓迫感很大，後來自己評估，如果量需要很大，無法供應的時候，可能會拿去COPY，或換你的名，因為考慮的點很多，加上要派人過去，這裡的年輕人過去都覺得不舒服，不喜歡跟他們打交道，如果年輕人沒有意願的話，我可能就比較不會想要到大陸。後來因為誠品的店要開了，我的量也差不多就是這樣子，加上臺中旗艦店要開了，人力和物力都沒有了。

Q：請問卓也有透廣告或媒體行銷嗎？

A：幾乎沒有廣告，只有粉絲專頁，要來採訪的媒體，我可以給他們時間，但如果需要費用，我會告訴他們我們沒有行銷費用。我們有培養一些愛用者，他們一段時間就會帶人來都會買很多。會利用FB專頁和網路通路，但網路訂單不多，因為東西貴，一般客人還是希望看到實際東西，我們也一直想開發這個區塊，但一直沒有辦法做。會往大部分都是愛用者，這些客人有一段時間就會帶人來買，一次我把自己的理念放在染工坊，一直地把工作做好，我的時間不是去做行銷廣告，是放在染工坊，一直把東西做好。

Q：除了客委會以外，在您成立商店或工廠，我們的政府有給予補助或政策性的輔導嗎？

A：有，現在主要是經濟部的案子有在申請，客委會沒有。前年我有去參加客家博覽會，但是並不好，在南港有很大的空間，但生意並不好，因為去博覽會的都是老人家，吃的生意都很好，但工藝類的生意都不好。

Q：藍染當前的挑戰是什麼？以及未來發展的希望嗎？

A：當然有。當前最大的挑戰還是人才培訓是最大的問題，藍染現在好不容易有一點發光發亮，政府一直在廣開課，到處都在開課，每個縣市，每個社區都在開課，我們培育出來的員工，好不容易育成，很容易就出去開課走掉了，因為外面開課鐘點費比較高，所以造成年輕人才留不住。在我這邊有幾個做了2-3年就離職了。據統計學校剛畢業的學生平均是3至6個月，我們的履歷之多，工作有1年半換1、20個工作，現在年輕人的常態就是有工作就做，沒工作就在家休息。在技術方面最困難突破的是染缸的建立，建染缸必須長期顧染缸，不是三言兩語可以說，再來就是藍靛的藍草沒有人要種，三峽地區都是野生，大家搶著採，彼此弄得不愉快，採的藍草品質不好，做出來藍靛品質也不好，不種的原因有的是沒有地，最大問題是沒有人要種，因為人口已經老化沒有人要種藍草。

至於未來到底有沒有發展的契機，我覺得是有的，原因是有一批人開始重視環保，像我個人都不買名牌。因為藍染這個東西價值比較高，就比較會珍惜，我有一些這樣的客戶非常有錢，他們不一定要名牌，會想用好一點，環保一點，對健康有幫助的，其實東西不用買太多。

Q：請問鄭老師未來卓也會不會跟知名品牌一起合作？像NEW BLANCEE

A：要怎麼合作，我也不懂，大部分的球鞋都是有功能性的布，一定都是化纖，我們的布都是天然的，跟我們的布完全不一樣。

〈訪談結束〉

編號	受訪者（年齡）	訪談日期	訪談地點
T04	林女士（67 歲）	2018.05.30	鍾林工作室

Q：請問林老師，工藝有很多種類，為什麼您當初會選擇從事藍染且堅持到如今？

A：純粹是興趣，因為很喜歡植物染，也喜歡裁縫，所以退休時就一直投入在這個領域，從 90 年到現在。成立工坊以前早先就有接觸植物染，等到上完馬老師藍染培訓課程才成立工坊的。

Q：請問林老師工坊裡的商品，好不好賣？除了在工坊展售，還會透過其他平臺或管道？

A：不好賣，因為商品單價高，很多人會嫌貴，所以買的人大部分只會挑選小東西，像小錢包、方巾、餐具套等生活實用又單價不高的商品。工坊主要是以體驗和教學為主，因為是要推廣藍染，所以目前在萬巒圖書館與樂齡中心有開設藍染課程，學員只需要自付材料費。東西主要是在自己的工作室展售，也有 PO 在客委會網站的「等路大街」。另外其他銷售管道是會利用客委會舉辦六堆嘉年華或客家活動擺攤。

Q：因為您的工作室主要是在做推廣，請問有接受客委會的補助嗎？

A：沒有，因為補助都必須透過寫企劃書標案子，以前我有邀幾位與藍染相關工坊成員，成立「花木蘭文化產業發展協會」，用協會名義跟客委會標過幾個案子，但是因為年紀大了，協會也不容易經營，所以後來只做我自己的工作室。關於客委會的補助，目前只有提供客家伴手禮包裝禮盒設計費的補助，另外客委會也會聘請專業講師開設有關特色商品設計課程，讓我們學習一些新的東西。

Q：請問林老師您的工坊有跟異業結盟合作嗎？

A：沒有，都是自己做的，以前有接到訂單量比較多的時候，會請過來這邊上過課的學員幫忙，但做出來的東西比較不 OK，所以後來就都自己做了。

Q：請問林老師您的藍染商品有運用在其他的材質，作創新的嘗試？

A：沒有，我的東西都是以天然的纖維純棉還有麻、絲、毛的材質，但主要還是以棉質比較多。

Q：請問林老師在經營工坊時有遇到什麼困難或挑戰？

A：在經營工坊比較困難的是：一、價格高比較難銷售，因為藍染手工製作的東西，費工費時，成本高價格就貴，一般人比較難以接受。二、純手工的製品產量少，如果有接到機關團體數量比較大的訂單，在短時間內是做不出來的。三、藍染是有專業度的，人才培訓需要經過一段時間做訓練，沒有辦法速成。

Q：請問林老師在經營藍染產業這方面，有什麼寶貴意見想要提供給政府相關單位參考的？

A：希望客委會能恢復過去舉辦特色商品展售會，長達1個月的時間，讓工坊可以參加展售，增加我們曝光的機會。另外，客委會舉辦的大型活動，美食的攤商生意都很好，但工藝類因為價位高買的很少，在生意不好的情況下又要支付攤位費用，常常入不敷出又擺攤時間長，所以這幾年工藝類去參加擺攤的人越來越少，政府如果真的想要推廣工藝這一塊，希望政府對於工藝類的業者能有優惠鼓勵的配套措施單。

〈訪談結束〉

編號	受訪者（年齡）	訪談日期	訪談地點
J01	楮覺郎（29歲）	2018.05.12	BUAISOU 工坊

日本德島板野郡上板町高瀬 355 番地 1

日本德島 771-1347

（電話）050-3741-0041

Q：請問Kaji さん，德島藍染的歷史起源及發展狀況？

A：福見小姐翻譯：德島很久之前就有「すくも」這個東西，妳們叫做「藍靛」或「藍玉」，在江戶時代，因為德島縣有很多棉花，棉花需要很多染料，而且吉野川河附近不適合種稻米，因為颱風來會被大水淹壞，所以德島從以前就種蓼藍，從以前到現在應該有好幾百年的歷史了，德島原本就是做「すくも」的。

Q：請問Kaji さん，您那麼年輕為什麼會選擇藍染來經營？工藝產業應該比一般行業更不容易經營。

A：Kaji さん笑笑地說，福見小姐翻譯：工藝的工作真的很辛苦，因為自己對顏色非常喜歡，我是學美術設計的，對顏色的工作很愛，看到藍染顏色的變化，每件作品染出來的顏色都不一樣，就會很驚喜，而且這個東西不會傷害身體，所以很喜歡。

Q：請問Kaji さん，目前BUAISOU工作團隊有幾位？

A：福見小姐翻譯：目前有五位：Yuya Miura（三浦佑也）、Ken Yuki（結城研）、Tadashi Kozono（佐藤小園）、Kyoko（西本京子）、我，如果加上Sakura（看家狗）就有六位。Kyoko（西本京子）是經理人，是負責管帳、網站管理和接待國外客人，做英文翻譯，三浦先生學服裝的，結城和佐藤先生是學農作和園藝方面的，我本身是學美術和織品設計的。

Q：請問Kaji さん，請問BUAISOU在推廣工藝這塊，日本政府有給予補助嗎？

A：福見小姐翻譯：政府只有補助農田部分，政府希望田有人種，所以只要有種農作物就給補助，補助金額是依農田面積大小計算，政府可以給5年的補助。

Q：請問Kaji さん，BUAISOU生產的東西是自己的團隊設計的還是有跟其他公司做異業結盟？

A：福見小姐翻譯：所有的東西都是我們自己設計的，包括種藍草、發酵做すくも、染布、樣式的設計、裁縫，全部都是自己做出來的。有些廠商跟我們下單，可以設計好的圖樣，由我們幫他們做，或告訴我們他們的想法，由我們幫忙設計及製作。

Q：請問Kaji さん，BUAISOU的商品有針對特定族群來做設計嗎？

A：福見小姐翻譯：衣服是以年輕的男性為主。東西比較是年輕對象作設計，但沒有固定的東西，買的人不一定，只要喜歡藍染的人就會買。我們銷售的對象一半是日本國內，透過網路購買，一半是國外體驗或公司委託異業合作的。

Q：請問Kaji さん，BUAISOU的商品跟別人的藍染商品有什麼不一樣？

A：福見小姐翻譯：我們做的東西是跟別人不一樣的，除了布料以外，我們一直嘗試把它運在不同材質上面，我們會將靛藍花(浮在染色溶液中的氣泡)融入陶瓷，以獨特的方法製作精緻裂縫圖案的陶瓷商品，木頭也是我們開發材料之一。

Q：請問Kaji さん，為什麼以BUAISOU為商品的品牌？

A：福見小姐翻譯：「BUAISOU」的名字由來是與牛仔褲有關，第一位引進美國牛仔褲的日本白洲次郎先生，他住的別墅名字武相莊，讀音就是「BUAISOU」。成立BUAISOU品牌以來，第一個想完成的商品就是牛仔褲，提到牛仔褲，BUAISOU團員每個人都興奮起來。

Q：請問Kaji さん，BUAISOU有跟其他行業異業結盟或合作嗎？

A：有。美國服裝公司Left field、 Hill-side，英國服裝Drake's，還有運動品牌New Balance球鞋染色和鞋帶的嘗試合作。

Q：請問Kaji さん，BUAISOU未來有想要擴店或外銷國外的遠景嗎？

A：每年日本四國地方政府都會到紐約舉行推廣當地的展覽，把四國特色、特產文化帶給美國人。2015年我們也受邀一起到紐約。我們除了到紐約布魯克林很多地方，還去過臺灣、洛杉磯、索諾瑪、新加坡、法國、英國、香港、印尼等很多國

家去辦展覽推廣藍染，不但讓BUAISOU更加貼近國外消費者，也讓我們有更多跟國外一起合作的機會。

Q：請問Kaji さん，BUAISOU有透廣告或媒體做行銷嗎？

A：沒有。我們是透過國外展覽及海外體驗宣傳「Japan Blue」，我們的Workshop很多是國外的人來體驗，體驗完喜歡我們產品的人就會購買，而且會在我們的FB分享。在國外展覽時會有媒體採訪，也有新聞雜誌報導我們，但都不是我們花錢請他們的。

Q：請問Kaji さん，BUAISOU當前的挑戰是什麼？以及未來發展的展望是什麼？

A：目前遇到的困難是團隊裡每個人都有自己的想法，想法不一樣，做什麼比較難一致。未來除了在國內會持續辦展及研討會，還會去更多的國家推廣阿波藍，BUAISOU從一開始就是要國際發展，希望把日本的藍染宣傳給全世界。2020年東京奧運的奧林匹克五色環，其中的藍色就是用藍染的藍，政府想藉由國際盛會將美麗的Japan Blue呈現給全世界。

〈訪談結束〉

編號	受訪者（年齡）	訪談日期	訪談地點
J02	新居藍師（70歲）	2018.05.12	有限会社新居 製藍所

德島県板野郡上板町七條字六道寺 12-5

日本德島 771-1302

（電話）088-694-2455

Q：請問Niii さん，德島藍靛是從什麼時候開始生產？

A：福見小姐翻譯：德島「すくも」是很有名的，全國的染布商大部分都是使用德島的染料。它的歷史已經很久了，從江戶時代就很有名了，因為德島以前很多人種樹，很多棉花，因為需要很多染料，因為德島很適合種蓼藍草，所以很多製做藍靛。

Q：請問Niii さん，您是幾歲開始接觸？當初為什麼會選擇經營這個行業？

A：福見小姐翻譯：我的祖父和父親都是做這個的，從小學開始我的祖父和父親會教我做藍靛。高中畢業後，除了生產“Sukumo”以外，還有賣車和豬的收入。1964年（昭和年代），由於被化學染料壓迫，藍靛的需求減少，生活很困難。曾經有一段時間我不知道是否要繼續製作靛藍，但是當我35歲的時候，我的父親和祖父一個接一個地去世，當時商業夥伴們都希望我能繼續製造藍靛，所以後來決定在專門的工作中做這一項一直到現在，我做藍靛已經超過40年的時間。

Q：請問Niii さん，目前有限会社新居製藍所有幾位員工？

A：福見小姐翻譯：目前有8位：3名董事、1個正規就業、4個兼職，正職主要的農田管理，蓼藍草採收時需要很多人手，會僱用比較多人。藍靛製做全年都在進行，從種植幼苗，收穫，選擇葉和莖，葉發酵後，“Sukumo”終於完成。不用於染料的莖與豬雞的肥料，還有稻殼一起混合，作為堆肥再利用當藍草的肥料。

Q：請問Niii さん，請問政府有給予什麼補助嗎？

A：福見小姐翻譯：政府針對農田有補助，現在會社大約有10公頃，2公頃是自己內

部種植的，大約有6公頃是契作的，農夫種藍草，政府會補助他們。政府會輔導農夫教他們種藍草做藍靛，有專門指導技術的團體，我也是被指定的會員，從30年前對一些人做藍靛有興趣的縣內外年輕人，作為實習生和傳達技術，培訓期為一至三年，政府有獎勵他們，到現在我培育的見習生已經超過20人學習了，Kajiさん也是跟我見習的，他們現在也很有名氣，很多國外的人會找他們體驗阿波藍。

Q：請問Niiiさん，有限会社新居製藍所是什麼時候成立的？

A：福見小姐翻譯：会社是2003年成立，有15年的時間了。我們為了減少夏季收穫工作的負擔，並促進機械化來增加產量，在1992年推出了一種收割改良大豆割草機的機器。在2000年以來，苗木種植也是通過機器來完成的，自從有機器幫忙，省下很多人工和力氣。

Q：請問Niiiさん，德島地區除了您做Sukumo之外，還有人做嗎？

A：福見小姐翻譯：有。德島總共有5家藍師，包括「佐藤昭人氏」、「外山阿波藍製造所」、「吉田花子氏」、「武知毅氏」。佐藤家是德島縣內生產量最大的藍商，新居是第二大量的，5家藍師傅製作的藍靛主要供應給日本全國使用阿波藍61位染織作家使用。新居藍靛所我是第六代，也是保存會的會員，未來第七代是我的兒子新居俊二氏，是我的後繼者也是保存會的預備準會員，跟我一同守護阿波藍的傳統製靛技術。

Q：請問Niiiさん，您獲得國家選定為無形文化財阿波藍製造技術保存者，想必非常榮耀，對您而言是否有特別的意義？

A：福見小姐翻譯：是一種榮譽也是一種肯定，也是對阿波藍一種肯定，表示我們做出來的Sukumo品質是非常好的，早期我們會透過手板法鑑定生產的藍靛品質好不好，現在只要聞味道就知道品質好與不好。

Q：請問Niiiさん，您覺得經營藍靛產業當前是否有面臨困難的挑戰？未來發展的展望是什麼？

A：福見小姐翻譯：因為藍靛需求的量很多，除了染商、織布商、觀光地區、體驗館都需要藍靛染料，但是種藍草的人很少，現在種藍草的人都是年紀大的人，後

代傳承的很少，年輕人不願意作農。未來還會繼續幫助更多年輕人學習藍靛製做，讓阿波藍的名聲可以永遠留存，我希望新居製靛所可以世世代代相傳下去。我也希望2020東京奧運會和殘奧會的官方標誌，阿波靛藍可以從中脫穎而出，受到全世界人的關注。

〈訪談結束〉

附錄三 臺日藍染大事紀

臺灣藍染大事紀

歷史年代	臺灣藍染發展脈絡
荷蘭統治時期 (1634 年)	先民渡海來臺的農民開始種植藍草，並於 1635 年收成。
荷蘭統治時期 (1639 年)	荷蘭當局與臺灣地主以契作型態共同經營農業，作物種類包括甘蔗、稻子、薑、土茯苓與藍草等作物。
荷蘭統治時期 (1643 年)	荷蘭人投入大量資金和技術，積極投入藍草種植和藍靛的製作。
荷蘭統治時期 (1643 年)	已不用再依賴進口種籽，且可以將多餘的藍草種籽賣到大陸。
荷蘭統治時期 (1652 年)	荷蘭公司將租約期限改為一年一租，並且提高租金，造成當年承租藍草耕地的中國農民無法負荷，最終導致藍園荒蕪，荷蘭人在臺灣的藍靛產業終於走入歷史宣告失敗。
明鄭時期 (1685 年)	蔣毓英編著《臺灣府志》紀錄了：「菁子：種之以做菁靛。漳、泉皆有，產於臺者尤佳。」
明鄭時期 (1627-1833 年)	《唐船從臺灣輸入品數量一覽，1627-1833 年》一書中，曾提及臺灣經常輸入作為紅色染料的蘇木和青色染料的藍靛，證明明鄭時期臺灣已有藍靛之出口。
康熙年間 (1684 年)	開放海禁，從福建移民來臺的「棚民」、「菁客」、「菁民」，正是使臺灣藍靛業能繼續發展的重要原因。
雍正年間 (1684 年)	新竹縣新埔鄉青埔村廣東人巫阿政墾地種植藍草，當時的臺北平原也有藍草種植的紀錄，同時艋舺地區已出現販賣藍靛為業的商人，而且獲利豐碩，可見臺藍草種植已具相當規模。

<p>乾隆年間 (1764 年)</p>	<p>臺北地區的移民慢慢向山區拓墾，其中包括基隆河中游的汐止地區，大漢溪中游的三峽、大溪等地，臺北士林的陽明山地區如坪頂、菁礮、內雙溪等地。陽明山目前尚保持有頂菁礮、中菁礮、下菁礮的地名，地名的由來是因當時本地有製作藍靛的池子而得名。</p>
<p>嘉慶年間 (1800 年)</p>	<p>臺灣藍靛產業的品質與產量已奠定初步的規模，因應付市場需求不斷的增加，於是商人大量投入資金，以擴大藍靛產業規模。</p>
<p>咸豐年間 (1870 年)</p>	<p>產業的高峰期，當時北部地區藍靛的出口量可達 21 萬擔之多，這個數量足以和米、糖並列為臺灣出口的貿易大宗，同時帶動臺灣染布產業進入高峰。</p>
<p>光緒年間 (1896 年)</p>	<p>由於德國 BASF 公司開始量產化學藍色染料，此一影響遍及世界各國，臺灣藍靛業和藍染業當然無法置身於外，於是從日據中期開始走下坡。</p>

日本藍染大事紀

歴史年代	藍染發展脈絡（原文）
阿波藍は西暦 900年頃	（日）中国から日本に伝わった。 （譯）從中國傳入到日本。
宝治元年(1247)	（日）美馬郡・岩倉（脇町）の宝殊寺境内に翠桂和尚が藍を栽培し、尼僧の僧衣を染めた。（見性寺記録） （譯）翠桂和尚在美馬郡・岩倉（脇町）（現在的德島県美馬市脇町）的宝殊寺（見性寺的前身廟寺）廟内栽培了藍葉，用藍葉來染和尚與尼姑的衣服。（參考見性寺記錄）
文安2年(1445)	（日）阿波から藍が畿内に向けて大量に出荷されている。（兵庫北関入船納帳） （譯）從阿波（現在の德島県）到畿内（現在的京都付近）藍葉的靛藍大量出貨。（兵庫縣北關入船記錄帳）
天正13年(585)	（日）蜂須賀家政が阿波に入部。 （譯）蜂須賀家政（戰國時代的名將）被任命到阿波（現在の德島県）。
寛永2年(1625)	（日）7月、藩にはじめて藍方を置く。（藍方役所） （譯）7月時行政部門首先將靛藍列入生產產業。（德島県行政部門）
寛永、正法年中 (1627~47)	（日）麻植郡より板野、名西、名東、阿波各郡に阿波藍栽培ひろがる。 （譯）從麻植郡（現在的德島県吉野川市）開始板野、名西、名東，德島各縣都栽植阿波藍。
正保年間 (1644~47)	（日）製藍改良--藍砂の混合はじまる。（藍玉） （譯）靛藍的生產製造改良—藍染料與砂開始混合。（藍玉）
明暦、万治年中 (165~60)	（日）藍作付面積百町歩。 （譯）藍草種植面積百町歩（10000 平方米）。

元禄 15 年 (1702)	(日) 相模以東の 7 か国は問屋着として直売振売りを禁止 (譯) 相模(現在的神奈川県)以東的 7 個地方禁止作為批發直接銷售。
宝永 2 年(1705)	(日) 江戸積み、その他各国の売買を自由とする。 (譯) 江戸時期開放其他國家自由購買和銷售。
宝永 4 年(1707)	(日) 再び相模以東を問屋着とし、以西を自由とする。 (譯) 再開放鄰近國家的批發直接銷售，讓西方更自由。
正徳年間 (1711~15)	(日) 江戸藍商は、組合をつくり行司を置く。網干屋甚右衛門大阪にて江戸、大阪、阿波の藍代為替を取り扱う。 (譯) 江戸藍商成立工會加上負責人、網干屋甚右衛門從大阪進行負責江戸、大阪、阿波的藍草的交易買賣金錢交換。
享保 18 年 (1733)	(日) 藍方御用場創設され藩専売制を図る。(葉藍取引税をかけるため) (譯) 徳島県行政御用場計畫建立一個徳島県單獨專賣制度。(想收藍葉交易稅)
元文 4 年(1739)	(日) 他国売藍商人を調査、藍作付人と反別を届出させた。 (譯) 調查其他國家的藍草買賣商人，靛藍的製造人和買賣商人的分別來進行登錄。
宝暦 4 年(754)	(日) 玉師株を制定した御用銀を「賦課」。 (譯) 靛藍的製造人的股份制定用御用銀(江戸時代的臨時農民、商人等的徵收税金)來課稅。
宝暦 6 年(1756)	(日) 名西郡高原村に藍玉一揆おこる。 (譯) 名西郡高原村(現在名西郡石井町)的藍草買賣商人和靛藍的製造人農民起來抗議。

宝 曆 10 年 (1760)	(日) 藍方役場を廃止、このころ藍玉産額 13 万俵。 (譯) 政府取消藍靛的行政部門、當時藍玉生産額有 13 萬俵。
明治 4 年(1767)	(日) 藍大市・江戸、大阪、徳島の四軒問屋や代官所などが参加して行う (今の藍場浜公園) (譯) 藍大市、江戸、大阪、徳島等 4 個國內批發商與地方行政参加。(現在的藍場浜公園)
天明元年(1781)	(日) 犬伏久助製藍改良を試みる (譯) 犬伏久助嘗試將藍靛作改良，
寛政 2 年(1789)	(日) 江戸の藍価上 6 両三步、中 4 両。 (譯) 江戸的靛藍價格為上級 6 両三步中級為 4 両
寛政 12 年(800)	(日) 藍作は、6500 町歩。 (譯) 靛藍種植面積是 6500 平方米。
文化 3 年(1806)	(日) 大阪の他国藍派は阿波藍派を大阪町奉行に訴え。 (譯) 大阪的其他本土的藍派到大阪行政起訴阿波藍派
文化 4 年(1807)	(日) 大阪町奉行所で阿波藍派の勝訴となる。 (譯) 在大阪行政所、阿波藍派取得勝訴。
弘代 1 年(1844)	(日) 藍作付 8800 町歩。 (譯) 靛藍種植面積是 8800 平方米。
弘代 2 年(1845)	(日) 八丁堀藩邸火災により関東売商金 2000 両を徴す。 (譯) 八丁堀藩邸(房間)發生火災、另向關東批發商徵收金 2000 兩。
万延元年(1860)	(日) 藍作付 6900 町歩。 (譯) 靛藍種植面積是 6900 平方米。
明治初年頃	(日) からインド藍の輸入が開始された。(イギリスから輸入) (譯) 印度靛藍的進口開始。(從英國進口)
明治 6 年(1873)	(日) 藍の製造販売が自由化された。

	(譯) 靛藍的生產和銷售開放自由化。
明治 8 年(1875)	(日) 精藍社を設立し、藍商の取締りに当る。藍会社規則を制定。 (譯) 成立藍靛貿易商。監視藍靛貿易。藍靛貿易商建立公司的規則。
明治 13 年 (1880)	(日) この年の藍販売量 29 万 7000 俵となる。 (譯) 這一年的藍靛銷售量 29.7 萬袋。
明治 20 年 (1887)	(日) 藍玉輸送費軽減のため共同汽船会社を創設。 (譯) 貿易藍商、為了減輕輸送費、開設共同汽船會社。
明治 21 年 (1888)	(日) この年の藍玉販売量 30 万俵を越す。 (譯) 這一年的靛藍銷售量超過 30 萬俵。
明治 28 年 (1895)	(日) この年の藍玉販売量 35 万 6000 俵の最高に達した。 (譯) 這一年的靛藍銷售量達最高 35.6 萬俵。
明治 30 年 (1897)	(日) この年に外国産の藍輸入 8 万斤となる。 (譯) 這一年外國進口的藍達 8 萬斤。
明治 33 年 (1900)	(日) 藍作の面積は阿波北方七郡で 15,000 町歩。4 月 24 日東京株式市場大暴落。各地に金融恐慌おこる。 (譯) 藍草種植面積在阿波北方七郡有 15,000 平方米，4 月 24 日東京股市崩盤，遇到金融風暴。
明治 35 年 (1902)	(日) この年に外国産の藍輸入 200 万斤となる。 (譯) 這一年從外國進口的藍靛有 200 萬斤。
明治 36 年 (1903)	(日) ドイツから化学染料(人造藍、アニリン色素、アリザニン染料)の輸入により急激な衰退。 (譯) 從德國的進口化學染料(人造藍，Aniline 色素染料，Alisa 染料)讓日本阿波藍急劇的衰退。
明治 37 年	(日) 日露戦争により作付けもほとんどなくなる。(太

(1904)	<p>平洋戦争中には食料第一とされ、藍作が禁止となった為、作付けはゼロになった。</p> <p>(譯) 日俄戦争時準備種植的都幾乎殘餘不多。(太平洋戦争期間, 食品原料第一, 靛藍生産被禁止, 種植情况變得更糟)。</p>
昭和 42 年 (1967)	<p>(日) 徳島県の支援を得て「アポ青産物保存協会」を設立。</p> <p>(譯) 徳島縣政府支持下成立「阿波藍生産保存協會」。</p>
昭和 64 年 (1989)	<p>(日) ブルーステッドタウン歴史博物館を設立。</p> <p>(譯) 成立「藍の館」藍住町歴史館。</p>

附錄四 日本阿波藍染料的製造時曆

日本阿波藍染料的製造時曆（依傳統月份名稱）

3月（彌生）	撒種
4月（卯月）	育苗、取苗、定植
5月（皋月）	定植
6月（水無月）	施肥、除草
7月（文月）	第一次收割藍草製成葉藍
8月（葉月）	第二次收割藍草製成葉藍
9月（長月）	堆積發酵、翻堆
10月（神無月）	採種子、篩通、翻堆
11月（霜月）	篩通、翻堆
12月（師走）	散裝俵袋
1月（睦月）	阿波藍染料出貨

附錄五 臺灣藍染之公私立單位

臺灣公立研究推廣機構

編號	單位名稱	推廣內容	編號	單位名稱	推廣內容
01	國立臺灣工藝研究發展中心技術組-染織工坊(1)、(2) 生活工藝館一藍染工坊	藍草栽植、製靛建藍、藍染人才培訓、產品研發、講座特展、出版品	06	樹德大學一流行設計系	藍染教學研究推廣
02	臺中市葫蘆墩文化中心—編織館	藍染教學展覽推廣	07	農委會農業試驗所作物組-特作與雜糧研究室	木藍栽植復育
03	宜蘭縣文化局—羅東文化工場	展覽推廣教學體驗	08	臺大實驗林管理處—溪頭苗圃	木藍栽植復育
04	臺南藝術大學—材質創作與設計系應用藝術研究所纖維組	藍染教學研究推廣	09	陽明山國家公園—推廣組	山藍栽植復育、體驗推廣
05	大葉大學—造型藝術系編織組	藍染教學研究推廣	10	花蓮區農業改良場	栽植藍草推廣體驗

資料來源：國立臺灣工藝研究中心提供；臺灣藍 草木情：植物藍染色技藝手冊，2016，頁 241，研究者整理。

臺灣藍染工藝社群工坊

編號	單位名稱	推廣內容	編號	單位名稱	推廣內容
01	臺藍四季研究會	教學創作 展覽推廣	24	番特西手工藝術	教學推廣 體驗活動
02	三角湧文化協進 會-三峽染工坊	教學推廣 體驗活動	25	怡仁工作室	教學推廣 體驗活動
03	天染工坊	教學研究 創作展售	26	樟色藍染工作室	教學推廣 體驗活動
04	卓也藍染園區	栽藍製靛 展售體驗	27	覓悠藍工坊	教學推廣 體驗活動
05	自然染工坊	產品開發 教學體驗	28	凝藍工坊	教學體驗 展覽推廣
06	施家藍染工坊	栽藍製靛 教學體驗	29	安染工坊	服飾設計 推廣教學
07	繡蓮染織工坊	栽藍製靛 教學體驗	30	彩田工坊	教學研究 創作展覽
08	布藍泥手染工坊	栽藍製靛 教學體驗	31	臺灣染藝工坊	研究教學 推廣活動
09	後壁墨林社區協 會-菁寮染坊	教學推廣 體驗活動	32	三角湧活力染工坊	產品展售 體驗活動
10	穿梭工坊	栽藍製靛 教學體驗	33	二格山自然中心	教學推廣 體驗活動
11	楊偉林纖維工作 室	教學研究 創作展覽	34	藍彩染工坊	產品開發 教學推廣
12	綠毛氈染織工作 室	研究創作 教學體驗	35	小滿居染織工坊	研究教學 推廣活動
13	千竹設計工坊	服飾設計 創作教學	36	本真一衣	服飾設設 創作教學
14	MAAI 工作室	研究教學 策展編輯	37	三分顏色布工坊	教學推廣 體驗活動
15	陳明理巧藝工作 室	產品開發 推廣教學	38	三峽 11 巷工作室	教學推廣 體驗活動
16	圓點子工作室	教學推廣 體驗活動	39	手布坊	教學推廣 體驗活動
17	藍星工作室	服飾設計 創作教學	40	靛花青工作農場	栽藍製靛 教學體驗
18	花木藍工作室	教學推廣 體驗活動	41	張家工坊	教學推廣 體驗活動

19	蘭工作房	服飾設計 推廣教學	42	日出工坊	教學推廣 體驗活動
20	鐘林工作室	教學推廣 體驗活動	43	玥和工藝坊	藍染創作 服飾設
21	如是染織工坊	教學推廣 體驗活動	44	青藍軒自然工坊	教學推廣 體驗活動
22	開源染工坊	教學推廣 體驗活動	45	染花藍草坊	教學推廣 體驗活動
23	手文化設計工作 室	服飾設計 植物染色	46	花蓮青陽蝴蝶場	生態教學 體驗活動

資料來源：國立臺灣工藝研究中心提供；臺灣藍 草木情：植物藍染色技藝手冊，2016，頁 242-243，研究者整理。

臺灣藍靛染料、胚布與器材助劑業者

編號	單位名稱	推廣內容	編號	單位名稱	推廣內容
01	三峽染工坊	藍染產品 藍靛染料	17	利達豐線材公司	車縫線、棉線
02	礁溪施家農場	山藍、木藍、 蓼藍靛染料	18	棉之家	棉布、拼布材料
03	天染工坊	染織產品 胚布助劑 藍靛染料	19	永樂企業公司	針織棉衫
04	繡蓮工坊農場	山藍靛染料	20	臺灣棉品公司	針織棉布 天然染色
05	鹿谷永合農場	山藍靛染料	21	升輝儀器公司	試紙、染整助劑
06	暖暖大菁農場	山藍靛染料	22	好匠油漆行	卡士漆、桐油
07	卓也小屋藍染	藍染產品 山藍靛染料	23	協和工藝材料	雕版打洞器
08	布藍泥手染工坊	藍染產品 藍靛染料	24	國方毛刷行	各式刷筆
09	二格山自然中心	山藍靛染料	25	比福公司	黃豆粉
10	自然色工坊	藍染產品 木藍靛染料	26	源泰興行	麥芽糖、糯米粉
11	木馬農園	藍染產品 木藍靛染料	27	泰山五金行	酒精燈、鍋具
12	靛花青工坊農場	藍染產品 藍靛染料	28	和成布莊	棉布、胚布袋
13	三麻行	棉麻胚布、方巾胚袋、棉麻線	29	智仁勇公司	檯板膠、止色劑
14	昕德紡織公司	棉麻胚布、棉麻線、針織布	30	臺灣棉紙公司	柿汁型紙
15	菁采胚布工坊	各式蠶絲巾、毛織胚布	31	藍熊染料店	染材助劑、器材胚布
16	上品環保工藝房	棉麻布料、帆布	32	田中直染料店	染材助劑、絹網胚布、圖書

資料來源：國立臺灣工藝研究中心提供；臺灣藍 草木情：植物藍染色技藝手冊，2016，頁 244-245，研究者整理。

附錄六 日本全國阿波藍染織作家協會會員名錄

日本全國阿波藍染織作家協會會員名錄

會員	會員名稱	工坊	地區
名譽會員	飴村秀子 Amemura Hideko	染のアトリエ	山口県防府市
名譽會員	小川宣江		静岡県沼津市
名譽會員	三好昭一郎		徳島県板野郡
名譽會員	森山虎雄	森山緋	福岡県八女郡
北海道、東北地區			
	齋藤恒子 Saito Tsuneko		
	諏訪好風 Suwa Koufuu	野乃花染工房(有)	山形県米沢市
	諏訪豪市	野乃花染工房(有)	山形県米沢市
	淹浦輝夫 Takiura Teruo	(有) 染屋たきう	岩手県花巻市
	田村悦一		福島県白河市
	根子精郎 Neko Seiro	染物屋	岩手県紫波郡
	渡辺つる子		宮城県仙臺市
關東地區			
	糸井清子 Itoi Kiyoko	糸井染工房	東京都江東區
	大塚一男		東京都板橋區
	武川真佐子		茨城県石岡市
	中田正幸		群馬県藤岡市
	白野佳男		東京都あきる野市
	村田德行 Murata Noriyuki	藍染工房壺草苑	東京都青梅市
事務局	森田裕子 Morita Hiroko	Bie 工房	東京都青梅市
	米山のぶ Yoneyama Nobuko	藍工房杏や	山梨県南巨摩郡
東海、北陸、關西地區			
	織田鉄吾		石川県石川郡
	計良容子 Keira Yoko	藍染計良	和歌山県田辺市
	小谷佳弘		京都府京都市
	小林宣子		三重県伊勢市
	佐藤裕子 Sato Yuko	Sayu 染色工房	新潟県新潟市
	下村透 Shimomura Toru	工房藍の館	京都府京都市
	白川徹		京都府京都市
	相馬熱子		愛知県名古屋
	野口日出		静岡県沼津市
	長谷川勲子		三重縣伊勢市

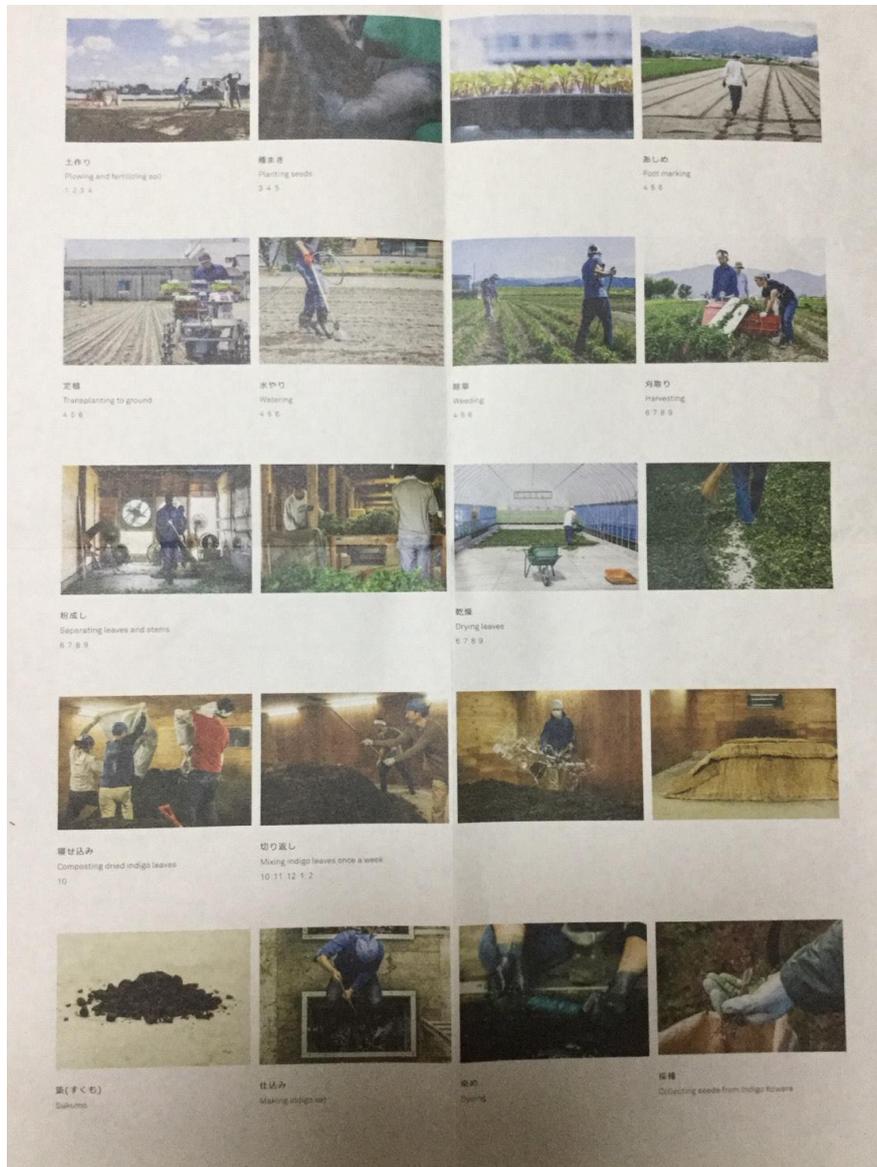
	松本輝雄 Matsumoto Teruo	紺屋桂川庵	京都府京都市
	水口よお子 Minakuchi Yooko	Yooko 天然藍工房	静岡県裾野市
	森山典子 Moriyama Noriko		京都府京都市
	横山修	工房	京都府京都市
	揚野純子 Ageno Sumiko	なごみ工房	山口県下関市
	宇野貴美恵 Uno Kimie	アトリエ・ゆら	愛媛県新居浜市
	神山恵子		岡山県岡山市
	佐竹幸郎 Satake Yukio	藍染工房佐竹	愛媛県新居浜市
	白方宣年 Shirakata Nobutoshi	(有)イオリエ芸	愛媛県松山市
	世良ひとみ Hitomi Sera	圓工房	島根県益田町
	堀江新子 Horie wakoko	飴村秀子染 アトリエ	山口県防府市
	前垣佳代 Maegaki Kayo	藍泉館	広島県東広島市
	真鍋壽男		岡山県倉敷市
徳島地区			
	媿本登基子		徳島県徳島市
	篠原紀子		徳島県徳島市
	玉木万立子 Tamaki Mariko	染工房藍玉	徳島県鳴門市
	新居修 Nii Osamu	新居製藍所	徳島県板野郡
	原田史郎 Harada Shirou	藍小紋型染 麻あし布	徳島県板野郡
	古庄紀治 Furushou Toshiharu	(有)古庄染工場	徳島県徳島市
	古庄美智子 Furusyou Michiko	(有)古庄染工場	徳島県徳島市
	村上千晶 Murakami Chiaki	阿波藍染工房	徳島県縣板野郡
	山本和子		徳島県徳島市
九州、沖縄			
	田中雅夫		大分県別府市
	森山哲浩 Moriyama Tetsuhiro	森山絋工房	福岡県縣八女郡
	山村省二		福岡県八女郡
	田中比呂司 Tanaka Hiroshi	田中絋工房	福岡県筑後市
賛助會員	藍屋敷おくむら		徳島県板野郡
	小川裕恵		京都府京都市

	小川靖弘		京都府京都市
	十河慶子		茨城県那珂郡
外部敬邀			
	板束美千代 Bando michiyo		
	川人美洋子 Kawahito Miyoko		

資料來源：藍的禮讚—「臺灣藍×阿波藍 2016 國際交流展」專輯，2016，頁 124-125，研究者整理。

附錄七 日本田調相關資料

Buaisou 工房製造時曆



藍染工房型錄



阿波藍 AWAAI

ルーフでは、
徳島産の薬（すくも）を使い
古くから伝わる技法の
天然灰汁醗酵建てで
藍染めをしております

阿波藍染は『防虫』『消臭』『抗菌』作用が
有るとされております。また、赤ちゃんからご年配の
方までお肌の弱い方にも安心してお使いいただけます。

～MENU～

体験

ハンカチ/1000円 ストール各種/1700円～

お持ち込み

綿・麻・レーヨン/1g 30円
シルク/1g 60円

オーダー

倍の料金になります

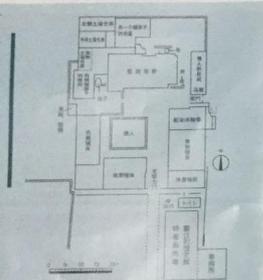
その他、ご相談に応じます

*すべて税込価格になります




- ※ 新品を持ち込みされる場合は1度洗濯をしてからお持ち込み下さい。
- ※ 古着や汚れのあるお気に入りの服も藍染めで美しく生き返りますので、是非一度ご相談下さい。
- ※ ポリエステル・ポリウレタン等の化学繊維は染まらない場合がありますので、含有量の多い場合はお断りする事があります。
- ※ キッズスペースもありますので、お子様連れでもご利用頂けます。

藍之館型録



阿波藍の交通
徳島自動車道徳島ICより、徳島駅より、徳島バス「藍之館」バス停まで、徒歩10分
徳島駅より、徳島バス「藍之館」バス停まで、徒歩10分
徳島駅より、徳島バス「藍之館」バス停まで、徒歩10分

一般	団体	特別
300円	250円	200円
150円	100円	100円

開館時間 9:00～17:00
集合体験藍染色 9:00～16:00
観覧日：星期二（休館日及集合体験）
12月28日～1月1日
お正月等休館日あり

〒771-3222
徳島県徳島市西町西172-1
電話 089-692-6317 089-692-6346

阿波藍の歴史

徳島県の「見性寺」に伝わる、戦国時代、織田信長が徳島に上陸した際に、徳島に伝わる「阿波藍」の歴史を、徳島県立歴史民俗資料館が紹介している。阿波藍は、徳島県徳島市西町西172-1にある「阿波藍の歴史民俗資料館」で展示されている。阿波藍は、徳島県徳島市西町西172-1にある「阿波藍の歴史民俗資料館」で展示されている。阿波藍は、徳島県徳島市西町西172-1にある「阿波藍の歴史民俗資料館」で展示されている。

STORY OF AWA AI

徳島県、阿波藍の歴史民俗資料館。阿波藍の歴史民俗資料館は、徳島県徳島市西町西172-1にある。阿波藍の歴史民俗資料館は、徳島県徳島市西町西172-1にある。阿波藍の歴史民俗資料館は、徳島県徳島市西町西172-1にある。

藍染商の宅邸 (原奥村家)

以文化元年(1908年)建築の正房上、還有一棟藍染商(藍染加工)門以及極其豪華の西側廊下等の部屋、从这里能够想到阿波藍商の兴盛繁荣。欣赏东厢蓝染过程的展示后、再挑战蓝染色。由此您也许会为蓝染所具有的魅力而着迷吧！这里能够亲自体验到具有传统的大染蓝染色。(团体有折扣)










133



1a 滿手染藍
BUAISOU 是為自由而生的手工藝人管理，一手包辦種植、收割、曬乾等工作，亦會不定期舉行在地的手染工作坊，利用扎染、絞染、拉染等技巧，讓大眾體驗親手染色的樂趣，滿手的靛藍色正好說明努力的成果。

百年傳統技藝 染出日本藍

總覺得日本的藍染特別亮麗，多年來一直流傳着同樣的純粹色調。德島縣是日本最大藍靛的產地，三年前，四名日本年輕人從當地從頭做起，由原料種植開始，建立起藍染品牌 BUAISOU。山藍呈現出的那種不凡且細膩的藍，猶如禪然天成。畢竟藍跟人類世界周圍有着不可分割的關係，天空是藍、海水也是藍，就連人的愛戀情感也和藍色連結起來。

亮眼實用 平民武士也愛穿

「藍染」早在江戶時代已經相當流行，從石姓到武士都喜歡穿用藍染製成的服飾，那不只是因為靛藍色外觀亮麗，藍染服飾還有實用性。藍染後衣料的纖維會變得更加牢固，而經過藍染處理的衣物更有防蟲及防紫外線的效果。對於古代而言是相當實用的功能。到了明治時代，藍染被稱為「日本藍」(Japan Blue)，這是因為當時美國以後，來到日本的外國人看到當地盛行的藍染的顏色，十分驚奇，自此就把這種藍色(靛藍)冠名為日本藍。

要理解藍染先要從原料入手，靛藍是藥料的一年生草本植物，莖葉長約的80厘米高，原產地是中國南亞和東南亞。早在魏晉時代(約7世紀)就經由中國傳入日本。種到秋天，它開出許多紅色或白色小花組成的繡球花序。靛藍帶來的巨大財富，使吉野川流域繁榮起來。靛藍製成碎後需要經過發酵，再被命名為「sukumo」的染料，然後把「sukumo」加入鹼水、石灰、燒鹼液體狀，染料就大功告成。

2012年成立的BUAISOU，最初由渡邊健太和精貴二人組成，想為難以藍染技術開名，至今已近有逾七百年的歷史。他們按照一種名叫「地獄建て」的傳統技術染靛。這是最難繼承日本藍的技術，在夏天種植靛藍，冬天就製成「sukumo」，要加入木灰水、氯化鈣及草酸，和會造成染不同，物料經過100%的

有機鹽、能夠和其他顏色的衣物一同洗滌而不會褪色，這正是「地獄建て」的優勢。靛藍品牌名稱BUAISOU，也是取自日本首創靛藍染工藤半平姓的人 Jimi Shirano 所居住的村 Buaiso (武祖莊)。

從種植開始 不怕雙手染藍

兩位年紀輕輕的青年毅然去農田，看著他們雙手都染上了厚實的靛色，確實令人好奇。渡邊健太和精貴二人均表示對藍染工作充滿熱情，健太在以前任職社區時曾參加藍染工作坊，自此產生濃厚的興趣，更辭職工作，尋求成為藍染師的方法。到後來遇上美術學院出身的精貴，二人一拍即合，繼而成立BUAISOU。日出而作、日入而息是他們最佳的生活寫照，沒有多餘的消遣活動，就是一個地理隔離苦幹。

「如今日本只剩下五個「sukumo」的產地，因為這是相當難得的原料，因此我們決定由種植開始。」渡邊健太強調農場是大自然的一部分，保留這種色調是品牌的堅持。「藍染一直是我們的興趣，對此我們有着一定的熱誠和好奇，這是屬於海洋和地球的顏色，對此我們仍在思考為何這個機會令我們如此迷戀。」這似乎是一個沒有答案的問題；而拋下其他事業，沉溺在喜愛的事物上反覆鑽研，卻正是典型日本職人的風骨。這在凡事講求商業效率的現代社會中的一點小確幸吧。■

BOTTEGA VENETA

CALF LEATHER DOCUMENT CASES

LANDMARK TEL: 2979 0882
TIMES SQUARE TEL: 2969 3108
8080 CAUSEWAY BAY STORE TEL: 2968 3708
ELEMENTS TEL: 2190 8787
HK INTERNATIONAL AIRPORT TEL: 2261 0771
BOTTEGAVENETA.COM



1b 體驗藍染
位於山藍地產的藍染坊最近邀請了BUAISOU，於今日起至2月舉辦工作坊，一嘗日

作者簡介

姓名：江美玲

籍貫：臺灣苗栗

學歷：國立屏東科技大學客家文化產業研究所（2012/09～2018/07）

經歷：雲林環球商專辦事員

客家發展中心六堆客家文化園區行政助理人員

屏北社區大學主任秘書

研究興趣：客家文化、客家產業、文化創意、手工藝

