

Title	地場産業の減衰とイノベーションの関係 - 山中漆器の変遷を標本として
Author(s)	藤本, 睦
Citation	
Issue Date	2008-03
Type	Thesis or Dissertation
Text version	author
URL	http://hdl.handle.net/10119/4273
Rights	
Description	Supervisor:中森義輝 教授, 知識科学研究科知識システム基礎学専攻, 修士

修 士 論 文

地場産業の減衰とイノベーションの関係
— 山中漆器の変遷を標本として —

北陸先端科学技術大学院大学
知識科学研究科知識システム基礎学専攻

藤本 睦

2008年3月

修 士 論 文

地場産業の減衰とイノベーションの関係
— 山中漆器の変遷を標本として —

指導教官 中森義輝 教授

北陸先端科学技術大学院大学
知識科学研究科知識システム基礎学専攻

650057 藤本 睦

審査委員： 中森 義輝 教授（主査）
橋本 敬 准教授
近藤 修司 教授
梅本 勝博 教授

2008年2月

About the relation between innovations and local industry declines

Flow Yamanaka-lacquerware as a sample of the history

Mutsumi Fujimoto

School of Knowledge Science,
Japan Advanced Institute of Science and Technology
March 2008

Keywords: Yamanaka, innovation, local industry, lacquerware, model

This research supplies the model which is improved for developing countries. It supplies the model of developing countries that does not need huge global companies. The Yamanaka-lacquerware is most suitable as a sample of the model. Therefore, it analyzed the history of the Yamanaka-lacquerware.

Policies switch over support for local industry. It provided economic assistance and technical assistance in old days. It shows a sample of development today. The local industry of Yamanaka suited for a sample of development. It found much innovation in the history of Yamanaka-lacquerware. Yamanaka-lacquerware is the first local industry that treated plastic lacquerware. But craftsmen of Yamanaka-lacquerware make plastic lacquerware with traditional handicrafts of lacquerware today. Cheap plastic lacquerware built up a new value network. And, Yamanaka-lacquerware has grown up number one in producing centers of lacquerware. However, the dangerous situation happened repeatedly. The turnout was reduced to half for a short term. The local industry of Yamanaka grows up when restored from crises.

It built the new model from analysis of history. The model introduced a new concept that is "innovation to switch new markets" and "innovation to continue similar markets". The new model explains the next situation reasonably. Unplanned is caused two situations. Weak industry improves it than before. However, it restrains innovation.

目次

第1章 序章	1
1.1 目的と意義	1
1.2 概要	1
1.3 背景	3
1.4 研究の進め方	4
1.5 本論文の構成	5
第2章 文献レビュー	7
2.1 概要	7
2.2 類似する先行研究	7
2.3 産業集積を理解するために参照した文献	9
2.3.1 地場産業	9
2.3.2 産業の分類	9
2.3.3 大田区金属加工業	12
2.4 地域再生および地方支援に関する情報	12
2.5 産地の状況を知る文献	15
2.5.1 山中漆器に関する文献	15
2.5.2 輪島塗に関する文献	16
2.5.3 イタリアの中小企業集積に関する文献	16
2.6 漆を理解するために参考にした文献	16
2.7 イノベーションに関する文献	17
2.8 モデルを構築するとき参考にした文献	20
2.9 総括と対比分析への布石	22

第3章 山中漆器周辺の諸相	23
3.1 概要	23
3.2 山中漆器を選択した理由	23
3.3 産品と産地構造	24
3.4 イノベーションの観点からみた変遷	26
3.5 聞き取り調査から見えてきた状況	37
3.6 九谷焼発祥の地	39
3.7 山中漆器を扱うとき注意すべき用語の解説	40
3.8 総括と分析への展望	45
第4章 対比分析	46
4.1 概要	46
4.2 輪島塗産地の様子	46
4.2.1 産品と産地構造	46
4.2.2 輪島塗の変遷	47
4.3 イタリアの中小企業集積地の様子	50
4.4 輪島塗との対比	51
4.5 イタリア中小企業集積地との対比分析	53
4.6 総括とRQsの提示	54

第5章 山中漆器の分析	56
5.1 概要	56
5.2 分析手順	56
5.3 生産額の直線補完	57
5.4 非連続が発生する理由	59
5.4.1 戦後復興の伸びは山中温泉地区の大火災に起点がある	60
5.4.2 蒔絵転写印刷導入とギフト市場の補間線が平行な理由	63
5.4.3 増加から減少に転じる1989年	64
5.4.4 補足、生産額の増減と円高のずれ	65
5.5 生産額に推移に大きな影響を及ぼした因子	66
5.5.1 轆轤技術	66
5.5.2 本漆の入手難	67
5.5.3 素地に使用する樹脂	67
5.5.4 伝統的な意匠	70
5.5.5 製造卸を核とした柔軟な産地構造	71
5.6 総括と仮説の導入	71
第6章 未来像と発展の道筋	73
6.1 概要	73
6.2 未来像	73
6.3 考察	73
6.3.1 進め方	73
6.3.2 真の競争相手	74
6.3.3 新たな工芸品市場の誕生、カスタムナイフ	75
6.3.4 産品による差異	77
6.3.5 万年筆における国内市場と海外市場の違い	80
6.4 総括と仮説	81

第7章 盛衰とイノベーションの関係モデル	82
7.1 概要	82
7.2 目的と意義	82
7.3 市場転換と市場継続イノベーションの定義	82
7.4 シュンペーターの5つの分類との関係.....	83
7.5 モデル構築	84
7.6 モデルの検証	86
7.6.1 手法	86
7.6.2 山中漆器での検証	86
7.6.3 輪島塗での検証	87
7.7 総括と適応範囲の検討	88
第8章 終章.....	89
8.1 本研究で得られた知見	89
8.2 理論的含意	89
8.3 社会的含意	90
8.4 将来への示唆	90
参考文献リスト	92
参照URLリスト	99
謝辞	102

図表目次

図表1 . : 論文の構造	2
図表2 . : 破壊的技術のSカーブ	19
図表3 . : イノベーションの二次元構造	20
図表4 . : 山中漆器の産地構造	25
図表5 . : 山中漆器 年表1/2	36
図表6 . : 山中漆器 年表2/2	37
図表7 . : 山中漆器イノベーションの構造	45
図表8 . : 輪島塗の産地構造	47
図表9 . : 輪島塗におけるイノベーションの構造	49
図表10 . : 輪島塗との対比	52
図表11 . : イタリア中小企業集積地との対比	53
図表12 . : 漆器成長要因1900_2007	57
図表13 . : 漆器成長要因1905_1950	58
図表14 . : 高度成長期の日経平均の推移	59
図表15 . : 石川県漆器産地の戦争直後の生産額	60
図表16 . : 漆器温泉対比1905_1950	61
図表17 . : 近隣温泉客戦後推移	62
図表18 . : 漆器温泉対比1900_2007	63
図表19 . : 樹脂の分類	68
図表20 . : 産品対比表	78
図表21 . : 技能と感性	79
図表22 . : シュンペーター5つの分類との関係	83
図表23 . : モデルの2次元空間	84
図表24 . : モデルの検証方を示した図	85
図表25 . : 復帰不能に陥る構図	86
図表26 . : 輪島塗モデル	87

第 1 章

序章

1.1 目的と意義

ものづくりにより発展や再生を目指す地域の支援が、直接的な物質提供型から産業発展に寄与する手本を示す方法に潮流が変わりつつある。近代漆器^{※1}が伝統漆器産業と共栄をわかち合いながら発展してきた山中温泉地区^{※2}の道筋を追うことで得られる知見から、発展や再生の方向を決める判断材料を見つけることを、本研究の目的とする。判断材料となりうるモデルを提示することで、産業の減衰に苦しむ地域や発展途上国の産業育成に貢献する。

1.2 概要

従来の発展途上国への国際協力や国内の地方支援は、技術レベルを底上げする支援や資金援助であった。近年は、地域がもつリソースの有効活用を側面から支援する「一村一品運動」^{※3}が成果をあげ、注目が集まっている。住民自ら誇れる特産品を発掘し、競争力のある商品を育てようとするとき、伝統工芸と近代漆器が共栄してきた山中漆器は良き標本^{※4}となりうる。

山中温泉地区の変遷を追うと、漆器産地日本一の生産額になるまで、順調に推移したわけではない。幾度となく既存のビジネスが大きく落ち込みを経験し、逆境を

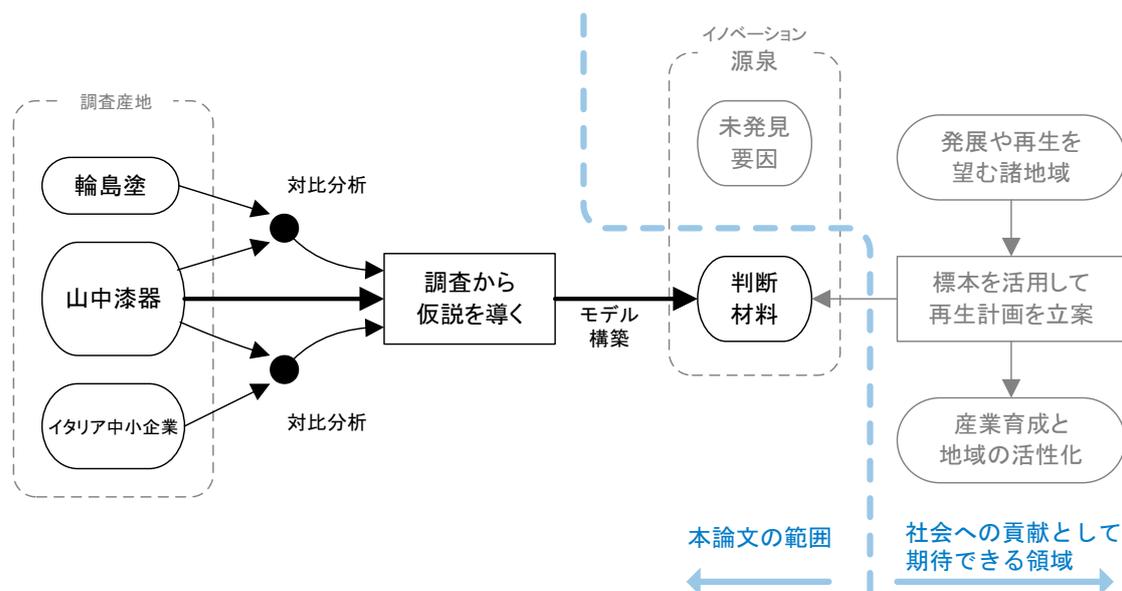
※1.山中漆器の業者が、樹脂製漆器類を分別するとき使う。近代漆器も山中漆器に含まれ、山中近代漆器という商品はない。

※2.現在石川県加賀市で旧山中町、温泉を核とした観光業と漆器生産が主な産業となっている。好日山の裾野、四方囲まれた盆地にあり、人口は約1万人。漆器産地のときは、街郊外にある別所町と上原町の工場団地を含む。漆器産地として呼ばれるとき、山中産地という呼称も使われる。

※3.「一村一品運動」は、大分県知事平松守彦氏の提唱により、1980年に143品目で始まった。流行語大賞の特別功労賞を1988年を受賞している。地域住民自らが誇れる特産品を発掘し、国内のみならず世界市場においても競争力ある商品に発展させて地域活性化を図る運動をいう。自主性は、行政指導では育たないと補助金制度を設けなかった。

切り抜けようと新たな市場に進出したことで、発展を遂げていた。そのことが多くのイノベーションがみられる要因であった。

シュンペーターは、社会的変化を伴う幅広い「発明と市場の新結合」を包括してイノベーションと呼んだ。本論文では、産地の変革を起こす事象をイノベーションと呼んでいる。山中漆器の変遷を文献と聞き取りにより調査し、イノベーションという観点から年表を作成する。取りかかりとして、輪島塗およびイタリアの中小企業集積と対比分析をおこなう。次に産地総生産額の変化点に着目し分析する。これまでの分析を踏まえ、山中漆器が画く未来像を考察する。本論文は、新たな分類として「市場転換イノベーション」と「市場継続イノベーション」を定義した。分析に基づいて、山中産地の減衰とイノベーションの関係モデルを提示する。この手順は図表1のようになる。



図表1：論文の構造

※4. 現在、山中産地は減衰傾向にあり、適切な標本といえるか。現在の状況がどのようなであっても、歴史上の発展が否定されることはないと考えている。本研究は、山中漆器の分析から、役立つ知見を探しているが、知見を活用する場を山中漆器としていない。活用する場として、これからものづくりで発展や再生を目論む諸地域を想定した。それで誤解が生じないように、「山中漆器を事例」と表現せず、「山中漆器を標本」とした。ですから本論文は、山中漆器が減衰している原因や、発展に転じる道筋を示すことを目的としていない。

モデルの振る舞いと現実世界の差異が、合理的範囲かみることによって検証をおこなった。提示したモデルは、ともすれば援護政策が減衰を助長している状況が、合理的に説明できる。このモデルが、発展や再生の方向を決める判断材料として活用されることを期待している。

1.3 背景

山中漆器を標本としてののは、夏期集中講義「地域システム再生論」加賀市職員が提案した内閣官房推進室に提出する地域再生計画案作りに取り組んだことが、きっかけとなった。山中温泉地区担当行政官の企画で、石川県挽物轆轤技術研修所の見学会が催された。近代漆器と呼ばれるプラスチックに化学塗料を吹きつけた漆器が、生産額の半分以上なことに戸惑いを覚えた。調査を進めると、別物と思っていた近代漆器が伝統工芸と同じ職人により制作されていることを知る。また産地構造は、伝統工芸と樹脂製品の生産工程が分離しておらず、一体となっている。シルクスクリーン印刷であっても伝統的な絵柄は制作者が特定できることを知る。コーディネータ役ともいえる製造卸を核とする、ネットワーク型産業構造となっていた。この産業構造は、今日最も合理的とされる生産方式と類似していた。著者が山中漆器の産業構造に注目する理由がここにある。

著者は、JICAの海外ボランティアをしていた。資金と人材を投入しても、新しい事業が育たないことに苦悩している人々をみてきた。これがきっかけで知識科学研究科に入学した。経済のグローバル化にともない、東南アジア地域には、地域外資本による大規模工場の進出している。たが、労働力の豊富さや立地条件には注意を払いつつも、地元の産業には無頓着といえる。外部から物資や生産設備を調達し、産品を地域外に運んでいく。地元の産業と無関係な産品では、産業の裾野は広がっていかない。一方で労働力を奪われた既存産業は減衰してしまい社会は変わっていく。外資導入により発展してきた東南アジアモデルの限界がここにある。ものづくりで発展を目指す諸国において共通の悩みとなっている。多国籍企業による大規模工場は、生産設備を先進国に頼っているため、地元資本企業との間の技術ギャップは埋まらない。シリコンバレーのハイテク産業の発展と繁栄の事例により、中小規模企業によるネットワーク型産業集積が注目されてきた。これを真似、資本力が足りない中小企業による工業化を目指している諸国は少なくない。一社ぐらい何とかなるだろうと安易に考えがちだが、日本が得意とするエレクトロニクス分野は、首

都圏周辺に集中している。海外に目を向けても、米国サンノゼ市周辺やイスラエルなど、ごく限られた地域のみでしか成功例はない。産業集積の成熟なしには発展できない。

第二次大戦後の日本では、新たに生まれる産地より、消滅していく産地のほうが多い。産業集積の土壌がないところでは、小さな起業であっても困難を極める。このままの状況が続けば地域社会は減衰していく。状況を好転させる戦略が必用とされる。農村地帯の工場誘致は、機械化で発生した余剰労働力を吸収し、地域社会の安定に貢献してきた。だが、地場産業の減衰を、地域の状況と無縁な外部資本工場を誘致で補うことは正しい選択であろうか。この二十年ほとんどの地場産業は、減衰傾向にある。工場誘致が産業集積がもつ再生力を減退させ、変革の芽を摘み取っていないか。大都市圏と、東海地方や諏訪湖周辺等、限られた地域のみが繁栄する二極化が進んでいる。このような状況で、イタリアでの中小企業集積地の繁栄が、注目されている。発展の原動力となったのは、大企業の倒産で、やむなく起業した中小企業群であった。中核であった大企業の倒産により、核を失った中小企業群はネットワークを形成し、早い決断と小回りが利く柔軟な経営で今日まで成長を維持している。すでに先進国が軽工業に見切りをつけていたとき、奇跡の復興といえよう。日本は大企業を軸にした城下町構造が主体となっている。その中にあって、地場産業は、イタリアの中小企業と類似している。

1.4 研究の進め方

地場産業の一つを標本に選び、そこで起きた変遷から、ものづくりで発展や再生を目指す諸地域が活用できる判断材料を摘出する。標本として山中漆器を選んだ。選んだ標本において、産業の盛衰とイノベーションの関係が、どのような構造か明らかにするために、これから述べる手順で研究を進めた。山中温泉地区の漆器産業周辺の情報収集をおこなった。まず、変遷および状況を記録し文献を調査した。文献で不明瞭な部分を補足するために、山中漆器を知る方々からの聞き取り調査をおこなっている。それに加え、販売状況の店頭調査をした。これらの調査結果をから、イノベーションの関連があると思われる事象を選択して連番をふり、時系列に整理して年表にまとめた。出発点として、対比分析をおこなう。最も重要な要因が、存在しないことに起因していることがある。このような場合、対象だけみていると見過ごす。対象として、正反対の状況をもつ輪島塗とイタリアの中小企業集積を選ん

だ。次に山中産地の生産額の推移において、山中漆器生産額を微分したとき現れる極に注目し、山中漆器周辺がどのような状況であったのか年表から割り出した。。これまでの分析を踏まえ、山中漆器が画く未来像を考察する。新たな分類として「市場転換イノベーション」と「市場継続イノベーション」を定義した。分類に基づいて、山中産地の減衰とイノベーションの関係モデルを提示した。

このモデルを山中産地自身と輪島塗産地にあてはめて、描いた仮想世界と現実世界の比較から、モデルの妥当性と適応範囲を検討した。以上の論文構成を次の節で示す。

1.5 本論文の構成

先にあげた研究手順を以下の構成で進める。

第1章序章は、初めに目的と意義を1.1で示す。次に1.2で概要を述べた。1.3では、本研究にいった背景を書いている。本研究の進め方を1.4で提示し、本論文の構成は本節1.5に示した。

第2章文献レビューでは、山中漆器のイノベーションを扱った先行研究を2.2で採りあげ、類似点と差異を示した。次に産業集積・地場産業・産地とは何か理解するのに参考にした文献を2.3にまとめた。2.4では、地域再生および地場産業支援に関する情報を取りあげた。2.5では、第三のイタリアと呼ばれる中小企業集積の状況と山中漆器および輪島塗を調査する際に参照した文献をあげている。漆を理解するのに参考にした書籍を2.6に整理した。イノベーションを理解するために参照した文献を2.7に記す。モデル構築のヒントとなった文献を2.8で示した。本章の最後の2.9では、総括と対比分析への布石を提示した。

第3章山中漆器周辺の諸相は、聞き取り調査と文献から山中産地周辺の諸相を整理する。まず3.2で山中漆器を選択した理由を説明する。3.3で山中漆器の産品と産業構造を解説する。3.4でイノベーションの観点からみた変遷をまとめた。次に聞き取り調査から見えてきた状況を、3.5に整理する。3.6では、旧山中町郊外にある九谷焼発祥の地について記した。山中漆器を扱うとき注意すべき用語の解説をまとめたので、3.7で紹介しておく。最後の3.8では、総括と分析への展望を記す。

第4章は、対比分析をおこなう。山中漆器は格別イノベーションが多い。一方同じ県内にある輪島塗には大きな変動はみられない。この様子を4.2に記した。地場

産業と同じ生活用品を扱い、産業構造も類似するイタリアの中小企業集積地は、今日も成長が続いている。この様子を4.3に記した。4.4では、山中漆器の産業構造の特異性を見極める第一歩として、輪島塗と対比した。そして4.5では、山中漆器とイタリアの中小企業集積地を対比分析した。以上の結果を踏まえ、4.6で本章の総括と本研究でのRQsを提示する。

第5章 山中漆器を分析する。分析手法を5.2で解説した。5.3では、公表されていた山中産地の生産額データを集めてグラフを作成し、第3章で制作した年表の史実と関連付けをおこなった。この作業から、電動轆轤の導入・昭和の経済不況の影響・戦後の復興・転写印刷の導入・ギフト市場の進出・バブル崩壊に対応する6つの補完線を引く。5.4では、補間線が非連続となっているところに注目した。非連続がみられる「戦後復興の伸びは山中温泉地区の大火災に起点がある」「蒔絵転写印刷導入とギフト市場の補間線が平行な理由」「増加から減少に転じる1989年」と「補足、生産額の増減と円高のずれ」について原因を分析した。分析する過程で、非連続を生んだ因子を拾い出した。みつけた因子「轆轤技術」「素地に使用する樹脂」「本漆の入手難」「伝統的な意匠」「製造卸を核とした柔軟な産地構造」について、5.5で調査した。最後の5.6では、総括と仮説を導入する道筋を示している。

第6章 これまでの分析を踏まえ、空間的な広がりから、山中漆器が描く未来像を検討する。分析する過程で、地場産業の盛衰の構図を分析する。6.2で未来像を示す。6.3で考察をおこなう。6.4で総括と仮説を示す。

第7章 盛衰とイノベーションの関係モデルを提示する。7.2でモデルを構築する目的と意義を示した。7.3は、「市場転換イノベーション」と「市場継続イノベーション」を定義する。7.4では、シュンペーター5つの分類との関係を示す。これまでの分析結果から7.5では、縦軸を「生産額の変化」、横軸を「年月の推移」とした2次空間を導入してモデルを提示する。7.6では、2次空間に描く仮想世界と現実の差異からモデルの妥当性を評価する。7.7は、総括とともにモデルの適応範囲を検討した。

第8章 終章は、8.1で本研究で得られた知見、8.2で理論的含意、8.3で社会的含意を記した。8.4では将来への示唆を述べている。

第 2 章

文献レビュー

2.1 概要

山中漆器のイノベーションを扱った先行研究を2.2で採りあげ、類似点と差異を示す。次に産業集積・地場産業・産地とは何か理解するのに参考にした文献を2.3にまとめる。2.4は、地域再生および地場産業支援に関する情報を取り上げる。2.5では、第三のイタリアと呼ばれる中小企業集積の状況と山中漆器および輪島塗を調査する際に参照した文献をあげた。漆を理解するのに参考にした書籍を2.6で整理した。イノベーションを理解するために参照した文献を2.7に記す。モデル構築のヒントとなった文献を2.8で示した。本章の最後の2.9は、総括と対比分析への布石を記す。

2.2 類似する先行研究

国立国語研究所は、2.7で紹介するようにイノベーションを革新と言い換えることを推奨している。本論研究と類似した観点から山中漆器を考察している先行研究として、宮川泰夫の「山中産地の革新機構－交流の構造と革新の風土」(2003)がある。先行論文は時間軸で、本論文は類似する事象という観点から変遷を整理している。先行論文は、山中漆器の変遷を時間の流れに沿って洩れなく解説しており、山中漆器の概要を知るには良い文献となっている。一方本論文は、イノベーションという観点から分析されている。

宮川泰夫は、革新構造を生み出したのは「明瞭な技術伝播，見えざる下請け加工関係を通して中間産地として，交流構造を更新してゆく，製造卸と下請け加工業者との矛盾相克を伴った産地革新機構の更新風土が醸成されてきたことによる」(p.39)とし、基底にあるのは「轆轤と木地挽きの技能，技術，意匠，情報がある」

(p.39) と述べている。「5.結び」では、山中漆器の産地革新機構の特徴として次にあげた3点を指摘している。

- 温泉観光業との交流構造
- 販売に密着した素速い経済活動
- 菓産業と菓売りの行商に象徴される豪雪地帯北陸が享有してきた市場形成

山中町史や多くの先行文献の判断とは異なり、円高による海外製品の台頭が、必ずしも山中漆器に不利な状況をもたらしていないとした。円高による輸入品の台頭が、山中漆器の発展に寄与したことを指摘している。次のような記述がある。

[1]—— 山中漆器産地は、山中産業や鹿野が草分けとなり、韓国、台湾に替り、中国輸入を増大させ、78年に中国が経済解放政策を執ると新たな国際行程分業を模索して、正和、鹿野漆器、東出漆器店、宮本産業、ミタニ漆器販売、たつみや漆器等プラスチック大手を中心に福建省を始め、中国との関係を深めた。そして東京から移転した木製漆器輸入の専門問屋アルコに象徴されるように、山中は漆器貿易、国際行程分業の全国的中枢を確立した。(p.8)

第二次世界大戦以前は、轆轤の生産技術が生産額に大きな影響を及ぼしていた。近代漆器では生産設備を外部から調達するようになったことが、イノベーションがみられなくなった要因と考えていた。宮川泰夫は、次にあるように山中漆器周辺に生産設備産業が存在するという見解を示している。

[2]—— 漆器産業基盤は、産地成熟化の一つの指標でもあり、産地革新機構の基軸をなす道具、機械の側面でも捉えられる。競輔機器の開発に関しては、旧話中漆器産地の中心をなした湯の出から近代漆器の移転に伴い新たな中核地となった別所に移動した代々の産地機器革新の中核をなした池田鉄工所がその一例である。池田の高齢化による廃業に対応した機器修理業者で、東谷の木村鉄工所の存在は、山中漆器産地の産地成熟度の一面を見せている（中略）タナカ商事の、山中、河和田の両産地需要を基に全国的工芸学校需要を組織化し、轆轤や機器開発、生産、修理への転身したことに見られるような中枢機械産地の存在がある。(p.29)

宮川泰夫は、山中漆器の産業構造の利点として、次のような点を指摘している。

[3]—— 生産流通構造の根本的变化は近代漆器導入以後も少なく、量産量販体制から量販量産体制に変換し、ギフト・専門店の流通経路の持つ意味や輸入品の持つ意義を高まった。製造卸を中核とした産地体制は堅固であるが、産地の交流構造を蘇生し、革新風土を励起してゆく革新能力が今日改めて問われている。(p.34)

この記述は、未だ実現していないすぐれた産業構造があることを示唆している。しかしながら、宮川泰夫の先行研究は、山中漆器の状況を明らかにすることを目的

としており、具体像は提示されていない。本論文もまた、山中漆器の未来像を描いたり、改革案を提言したりするものではない。

2.3 産業集積を理解するために参照した文献

2.3.1 地場産業

近代化が始まった明治時代以来、日本経済を支える基盤産業は、大企業を軸にした城下町構造をとるものとされていた。従来日本の産業政策は、大企業と下請け中小企業という枠組みで立案されてきた。中小企業庁が発行する『中小企業白書』昭和54年版で地場産業を初めて採りあげた。また、昭和55年版で、地場産業を次のように定義している。

[4]—— 我が国においては、地場産業と呼ばれる中小製造業群が、地域の特性、歴史的背景等に従い様々な形態をとりつつ、全国に広く集積している。地場産業という言葉は今日広く使われているが、その概念は必ずしも明確ではない。ここでは地場産業を「地元資本により一定の地域に集積しつつ、地域の経営資源（原材料、技術、労働力等）を活用して製品を生産し、その販売先を地域内のみならず地域外にも求める産業」を意味するものとして検討を進めることとする。現在、地場産業は全国で約3,000から5,000あるとされているが、その中で、市場を広く全国あるいは海外にまで求め、地域特化の程度の高いものは特に産地と呼ばれている。

2.3.2 産業の分類

清成忠男は『日本型産業集積の未来像』（1997）で、日本の産業を大企業依存型企業城下町・大企業補完型企業城下町・産地・大都市立地ネットワーク型の4つに分類し、次のように述べている。日本の国土は約三十八万平方キロメートルあって、アメリカの25分の1にすぎない、それにもかかわらず、国内総生産（GDP）はアメリカの70%であるから、一平方キロメートルあたりのGDPという指標を使うと、アメリカの17倍にもなる。この数値は、日本全体が一つの高密度な産業集積といえる。世界で最も高い産業集積の日本は、製造業を基盤にしている。産業集積は、四つに分類できる。日本の産業集積は、大企業への依存度が高い新居浜・水島など生産工程統合型の大企業依存型城下町の産業集積と、豊田・日立市など中小企業が大企業を補完する大企業補完型城下町の二つがある。中小企業中心の大企業補完型企業城下町は、特定の製品（消費財）を作る企業が特定の地域に多数集積する産地と呼ばれる。60%以上の産地は、明治以前に起源をもつ。集積中小企業中心のもう

一つは、資本財の大企業が立地したことで高度成長期に機械・金属加工が集積した大都市立地ネットワーク型である。

- 大企業依存型城下町

鉄鋼・非鉄金属・石油化学など生産工程統合型の大企業に依存するタイプの産業集積は、中心企業が資源・エネルギーを多消費するものであったため、二度の石油危機後 1970 年代には「構造不況業種」になったものが多い。転換能力は中心企業の企業戦略に依存する。このことが依存する中小企業の自立化を妨げる壁となっている。

- 大企業補完型城下町

自動車、電気・電子機械など従来、典型的な下請け企業と見られてきた企業群からなる。1960年代半ば以降この下請けと信頼関係に基づく長期取引関係は、モジュール単位の半完成品での発注比率が 1980 年代半ば以降急増している。中小企業は、アセンブリー企業・単体部品供給企業・賃加工企業へと分類する多階層的なシステムへ移行した。GMは、トヨタの生産方式を研究し、リーン生産方式と命名した。リーン生産方式については、藤本隆宏の『生産マネジメント入門<1><2>』（2001）を参考にした。短納期で高品質な部品供給できる日本の産業界は、依然として世界最高水準にある。マイクロエレクトロニクス技術によって、生産工程の分離が可能になったことで、以前より価格上の優位が失われやすく、産業集積の崩壊が起きている。例えば、ある地域では電機メーカーの海外展開によって、下請け組合の納入額が1992年から1995年に半減している。国際的展開が国内における産業集積を衰退させる要因になり得るし、成功要因を学習した米国やアジア諸国からの急速な追い上げを受けている。

- 産地

一世紀を超える緩やかなスパンで産業構造を洗練させてきた地場産業が生き残っている。特定の消費財を作る企業が、特定の地域に多数集積しているもので、福井県鯖江の眼鏡フレーム・新潟県燕の金属洋食器・愛知県常滑の陶器などがある。集積した特定地域内の原材料・地元採用率が高い労働資源を利用している。現在年間生産額 5 億円以上の産地は、500 ほどあり、主たる産業分野は、繊維・衣料・木上家具・窯業・食料品。これらの産地型産業集積のメリットは、行程分

業・市場情報交換・仕事の融通・技術情報交換と、材料・製品の運搬時間短縮や取引費用の節約にある。また、適度な競争関係は品質を向上させやすい。また、公的支援が得やすい。

産地内で、先端的な産業集積に類似したネットワーク構造であるが、生活消費財の生産に限定されることに限界がある。かつて日本の比較優位を規定する要素であった低賃金を活用し、大阪・東京などの集散地問屋や総合商社のコーディネート機能に依存し、戦前から輸出産業として発展していた。1950年代末以降の賃金上昇に対応し機械化を進め、1970年代末以降の円高による労働コストの上昇には、内需転換や産品を転換するなどして乗り切った。産地自体が市場志向を強める中で、産地の「製品問屋」の台頭に見られるコーディネート機能の内部化も進んでいる。だが1990年代以後中国からの安い製品・部品が無制限に供給されるようになると、高すぎる労働コストを相殺できず、廃業が激増している。特に繊維・雑貨を中心とした地域では生産額が激減し、繊維では廃業が急増した。1991年から1995にかけて、生産額が半分以下になった産地が、三十前後ある。加えて従業員の高齢化という問題もある。

・大都市立地ネットワーク型

東京大田区や東大阪市の中小機械工業がその代表事例であり、長野県の諏訪・伊那・坂城などもこのタイプに属する。第二次世界大戦にともない大手企業が疎開してきたことがきっかけで集積が起きた。高度成長期に集積が加速した。労働市場の流動性が高く、地縁・血縁・賃金・待遇や独立の機会だけではなく、「仕事縁」^{※5}を求めて人々は移動する。地域外から人的資源を調達し発展してきた。労働者の起業も多い。「仕事の道」つまり高い評判を頼った仕事の依頼経路が存在し、個々の仕事ごとに柔軟にネットワークを組み上げる「仕事の手配師」も存在する。この「仕事の手配師」の役割は「第三のイタリア」におけるオーガナイザーと類似し、分業調整費が小さい特徴がある。

※5. 「仕事縁」とは、「面白い仕事」「やり甲斐のある仕事」といったことに起因する。自立後も元の工場との「仕事のベルト」のつながりをもつ。

2.3.3 大田区金属加工業

東京大田区の金属加工業は、東急目蒲線の武蔵新田・新丸子周辺と、京急品川から京急蒲田にかけての沿岸地帯に分かれる。東急沿線は、産業機器向けの一品物を得意として、完成図で受注し部材を自己調達する。東急沿線の部品加工業は、受注生産の部品メーカーといえる。一方京急沿線では、材料を支給を受けて加工図面に基づいて生産する。生産形態は、量産品における下請け部品メーカーに類似している。違いは、特定の事業所に依存せず、スポットで受注することだ。

部品を作るとき、通常は、完成図と加工図面という2枚の図面を用意する。金属を加工するとき、削る過程で熱膨張が起きるし、バイトをあてると金属といえども凹む。現段階のCADは、完成図から加工図を自動生成できず、人が介入する必要がある。加工図が無くとも、熟練工の勘で部品が作れるのが京急沿線の強みといえる。その一方、加工賃は、東急沿線のほうが大幅に高い。ではあるが、加工図を作成する工数を考慮すれば、一品ものなら安く部品を作れる。

新丸子に開発拠点があつた計測メーカー最大手の横河北辰電機^{※6}は、東急沿線の金属加工業者から調達していた。カタログ品も扱っていたが、受注生産から出発したこともあり、量産製品の展開は、製造コストが高く限界があつた。放送機器の最大手ソニーは、品川に拠点があり、京急沿線の加工業者に発注していた。受注品や小ロットは開発設計費がかさむため、競争相手に市場を奪われていた。業界最大手といえども、本流から外れるバリュー・ネットワークでの競争力は弱い。

2.4 地域再生および地方支援に関する情報

1985年のプラザ合意^{※7}以後、急激な円高が進んだ。作れば売れる時代は終演し、以後大半の地場産業は長期減衰傾向にある。中小企業白書 64年度 第2章 製造業に

※6. 両者とも、1980年代に創業した土地を離れ、郊外に開発製造拠点を移した。この状況、過去の話といえる。新丸子を拠点にしていた横河北辰電気は、工場を売却し、JR中央線沿線に拠点を移した。郊外に移動したことで、量産指向が強まり、計測部門は成長している。品川を拠点としていたソニーの放送機材部門は、小田急厚木駅周辺に大半の部門が移転した。受注体質の強かった音響機材部門は、縮小して子会社に移管された。

における産業組織構造の変化/第2節 産地組織構造において、地場産業の状況を次のように解説している。

— 輸出型産地（輸出比率20%以上の産地）では、「海外市場におけるアジアNICSとの競合」、
「需要の伸び悩み・減少」の影響が大きかったとする産地が多い（第2-2-25図）。さらに、60年
9月以降の円高傾向が、これらの環境変化を加速したというところが多くみられ、とくに「製品
価格の伸び悩み」に拍車をかけていることがわかる。これらの影響の結果、輸出型産地では円
高に伴う輸出の大幅な減少にみまわれ、年間総生産額5億円以上の産地数でみると、60年に80
産地あったものが61年には66産地、62年には59産地に減少した。輸出型産地についてその企
業数、従業者数の推移をみると（第2-2-26表）、61年から62年にかけて、企業数で484社、従業
者数で4,358人の減少をみており、のちに述べる休業企業の存在を考慮すると、実際に稼業して
いる企業数は更に少なくなる。

政府は、地域経済の活性化と地域雇用の創造を、地域の視点から積極的かつ総合的に推進するため、2003年に、内閣府に「地域再生本部」を設置した。2005年4月22日閣議決定に基づく「地域再生基本方針」（2005）は、次のように述べている。

— ①ひとづくり、権限移譲等の推進による地域の知恵と工夫の競争のサポート・促進、②「国
から地方へ」の観点に基づく、補助金改革等による自主裁量性の尊重、縦割り行政の是正、成
果主義的な政策への転換、③「官から民へ」の観点に基づく、地域再生に資する民間活動へ
の投資の促進等の民間のノウハウ、資金等の活用促進、といった地域の自主的・自立的な取
組のための環境整備を行うとともに、構造改革特区、都市再生などの関係分野との連携を深
めつつ、地域再生計画に基づく地域の総合的な取組を支援する。

「構造改革特区」や「地域再生」といった制度を作り、各地域の活力を活性化を支援している。その内容は「特区・地域再生」（2008.01.18）のホームページで紹介されている。

※7. プラザ合意（Plaza Accord）とは、1985年9月22日ニューヨークのプラザホテルでおこなわれた、先進5カ国の蔵相と中央銀行総裁による会議における外国為替市場での協調介入に関する合意で、アメリカ合衆国の対外不均衡解消を目的とした。国際基軸通貨ドルに対し、参加各国の通貨レートは10～12%落下を誘導した。発表の翌日1日で、ドル円レートは1ドル235円から約20円下落した。1985年末には1ドル＝200円を切り、1988年には1ドル＝120円台まで円高が進行する。それにともない、国内の輸出産業の競争力は弱まっていった。その一方、円高を回避するため、海外投資が活性化した。当時は海外移転による産業の空洞化が懸念されたが、結果的には金融や海外生産によるコスト削減が進み日本経済は続伸し、バブル景気の発端となった。

山中産地のある加賀市の取り組みを紹介する。平成19年度「大学と連携した地域づくり」助成事業に山中温泉地域再生事業「漆のふるさと」が採択され、東京藝術大学・北陸先端科学技術大学院大学と協力して取り組んでいる。海外漆芸品の修復ビジネスに支援もおこなう。日本のみならず海外からも漆苗を集めた造林を造る。2006年には、保林と観光資源として活用することを視野に入れ、山中温泉の山に漆の木を植える活動をおこなうNPO「漆の森」を設立した。石川県は、「産業革新戦略」の重要課題として伝統工芸を担う人材の育成に取り組んでおり、大学のネットワークを活用しようとしている。科学技術振興調整費の一つ「地域再生人材創出拠点の形成」を活用し、北陸先端科学技術大学院大学と連携して「伝統工芸イノベータ」の養成を始めた。石川県は、大学の持つ先端科学技術と伝統工芸産業の融合により、地域活性化を図ろうとしている。

地域自ら自主的な取り組みを、官が支援する方向に変わりつつある。源流の一つぬ一村一品運動がある。一村一品運動は、大分県知事平松守彦氏の提唱により、1980年に143品目で始まった。地域住民自らが誇れる特産品を発掘し、国内のみならず世界市場においても競争力のある商品に育てることで地域活性化を図る。行政指導では自主性は育たないと、あえて補助金制度を設けなかった。運動の3原則は、「ローカルにしてグローバル」「自主自立、創意工夫」「人材育成」であった。1988年には、流行語大賞の特別功労賞を受賞した。一村一品運動は、東南アジアやアフリカ諸国からも注目を集め、経済発展の一つの方法として活用されている。タイ王国タクシン政権は、2001年に農村部の生活を豊かにするために国策として推進した。タイ版の一村一品運動は「オートップ製品」と呼ばれ、伝統技術を利用した手工芸品・雑貨・服飾品など3万点に及ぶ。タイに対し日本政府は、日本貿易振興機構（ジェトロ）を通じて日本市場での広報活動や販売支援を行った。ジェトロの松井和久は、「地域産業振興と国際協力」『JICA CONTENTS』（2007）で次のように述べている。

—— 経済グローバル化の中での地域産業振興という意味では、日本の地方もまた途上国の地方と同様の課題を抱えています。地域産業の成熟度の違いは確かにありますが、途上国の地方が地域産業振興を模索するのと同様に、日本の地方もまた新たなヒントを国内外に探し求めています。一村一品運動のような日本の地域産業振興の経験を途上国へ適切に伝えることは有意義ですが、日本の地方もまた途上国の地方での取り組みから何かを学べる可能性があります。こうした双方向の働き掛けを意識した地域産業振興に関する国際協力が求められる時代になっていると考えます。(p.19)

—— 地域産業振興の主役は中央政府でもドナーでもなく、その地域の人々にほかならないはずで
す。しかし、多くの途上国では、「資金がないから」「技術がないから」とできない口実を挙
げてない物ねだりをし、ヨソから入ってくるものを待ち続ける傾向があります。そこには、か
つて日本が舶来品を上等だと思ったように、「ヨソから持ち込まれるもののほうが自分たちの
持っているものより優れている」という思い込みがあります。ですが、彼らが言うように、地
域には本当に「何もない」のでしょうか。実は、地域の人々は意外に自分たちの地域のこと
を知らないのです。いや、あえて知ろうとしないと言ったほうがいいかもしれません。なぜ
なら、そこで毎日生活する人々にとって、身の回りのものは何の変哲もない当たり前の存在
にしか見えないからです。往々にして、地域の中に隠された多様な地域資源の存在は、「ヨ
ソ者” が適切にかかわることによって初めて地域の人々に認識されます。これがきっかけと
なって、地域活性化や地域産業振興へ取り組む地域の人々に主体性が生まれてきます。ヨソ
者の役割はこのきっかけづくりとともに、主体性を発揮し始めた地域の人々が必要性を感じ
るさまざまな情報や技術について、適宜支援していくことだと思います。具体的な生産・加
工・販売などの事例紹介および適切な助言も、ヨソ者による重要な役割といえるでしょう。
(p.18)

このように国際協力や地域支援の場において手法が変わりつつある。従来おこな
われていた資金援助や産品にたいする技術支援から、産地形成や販路拡大といった
産業が育つ場を構築する支援が課題となっている。現在の取り組みは、地域産業勃
興の支援の段階にある。また、支援する先進国側は、従来のように提供するだけで
なく、第三国にたいする支援経験を自国の発展に還元することが求められ始めた。

2.5 産地の状況を知る文献

2.5.1 山中漆器に関する文献

自治体発行の山中町史は充実している。1959年発効『山中町史』、第二次世界
大戦戦後から1995年までの変遷を記録した『山中町史現代編』があり、それぞ
れ900ページ近い分量がある。古来より2005年までの歴史を400ページほどにま
とめた『山中町史 完結編』が、2006年に加賀市より刊行された。その他、民俗
学的知見から調査された、石川県高等学校野外調査研究会による『石川県の伝統
産業』（1977）に山中漆器が採りあげられている。山中温泉地区漆器産業周辺の
変遷は、第3章に記載しているので、ここでは割愛する。

旧山中町郊外に九谷焼発祥の地がある。『山中史 現代編』（1995）編に次のよう
に紹介されている。

—— 聖寺藩では藩政初期に殖産興業策の一環として、金山奉行後藤才次郎に命じて九谷の山中で金鉱の採掘に当たらせた。九谷焼はこの鉱山で陶土が発見されたのに始まる。(p.742)

—— 村名の由来として『加州名跡志』に「山広く方五里にわたり、谷深くして九九九谷あり、略して九谷」と記されている。古くは九谷村だけでなく、付近一帯の村々を含めて九谷と称した。(p.742)

宮元健次の『加賀百万石と江戸芸術 一前田家の国際交流』(2002)には、古九谷焼の経緯が考察がある。

2.5.2 輪島塗に関する文献

いささか古いが、輪島市が刊行した『輪島市史』(若林喜三郎 1971)には、漆器産業について詳しく記述されている。『輪島市史 資料編 6 巻 輪島漆器資料』(若林喜三郎 1973)では、輪島塗の特徴ともいえる「地の粉」の科学的な解説がある。石川県高等学校野外調査研究会により、民俗学的知見から調査された、『石川県の伝統産業』(1977)がある。同時期に張間喜一により『輪島漆器』(1976)も書かれている。石川県商工部が産業政策という観点から調査した『石川県地場産業調査報告書』(1981)がある。輪島塗産地の様子は、4.2 に記したので、ここでは割愛する。

2.5.3 イタリアの中小企業集積に関する文献

Piore, Michael J. と Sabel Charles F. は『第二の産業分水嶺』(1993)で、ケインズ主義に基づく大資本による大量生産指向は行き詰まり、クラフト生産による産業構造への回避が起きるとした。日本とイタリアの類似性を指摘し「イタリアの発展過程は、決定的な面で日本の逆であったが、その結果は驚くほど似たものとなった」と述べている。小川秀樹の『イタリアの中小企業 一独創と多様性のネットワーク』(1998)には、多くの具体例が紹介されている。これを参考にし、4.5で対比分析をおこなった。イタリアの中小企業集積地の様子は4.3で記載したので、ここでは割愛する。

2.6 漆を理解するために参考にした文献

山中座ホールにおいて、更谷富造氏の講演が2006年10月2日におこなわれ、このとき加賀市助役から漆器修繕研修所の構想が発表された。更谷富造氏の著書『漆芸

『日本が捨てた宝物』(2003)には、20年におよぶ海外での漆器修繕活動が紹介されている。三田村有純の『漆とジャパン—美の謎を追う』(2005)から、海外における漆工芸品の状況を知ることができた。山中温泉地区在住の重要無形文化財保持者(人間国宝)川北良造氏の著書「木と生きる、木を生かす—木地師千年の知恵と技」(2004)に「全行程を一人でおこなう」とあり、工芸作家の活動を知ることができる。鈴木規夫の「漆工品の修理」(2003)は、工芸漆器の修繕がどのようなものか理解するのに役立った。四柳嘉章の『漆(うるし)〈1〉(ものと人間の文化史)』(2006)には、漆の木・採取方法・漆の化学・精製行程の詳しく解説がある。北野信彦による『近世漆器の産業技術と構造』(2005)は、漆器で使われる技法を分類し、産地による手法の違いを解説している。

2.7 イノベーションに関する文献

国立国語研究所の『『外来語』言い換え提案』は、公共性の強い場で使われている外来語の中に、一般への定着が不十分でわかりにくいものがある、そうしたわかりにくい外来語について、わかりやすく言い換える提案をおこなっている。2003年の掲載によると、「イノベーション」の理解度は国民の25%未満とし、「技術革新」「経営革新」「事業革新」「革新」へ置き換えることを推奨した。

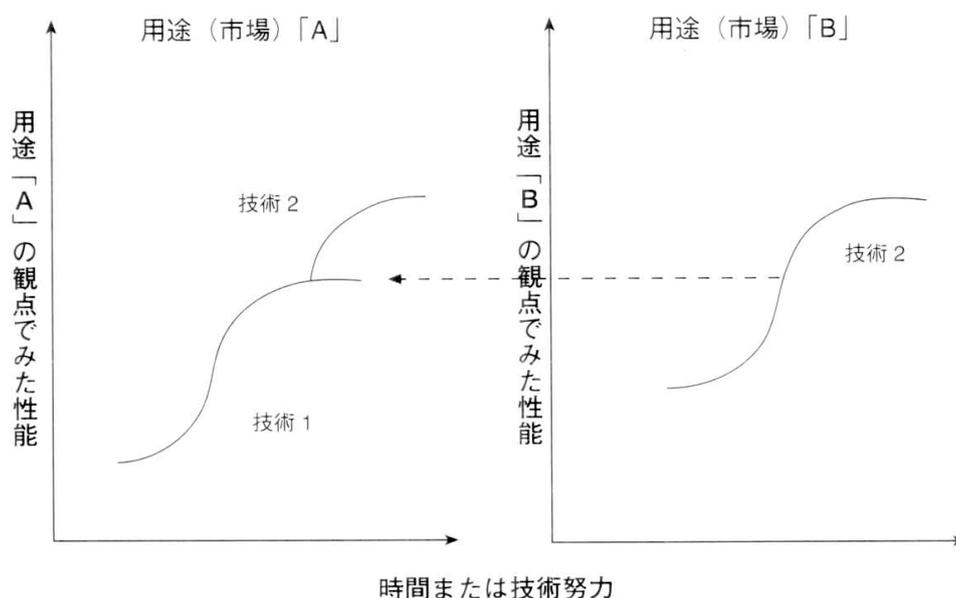
イノベーションの語源は、ラテン語のinnovare(新たに作る)にある。経済学者シュンペーターの1912年の著書『経済発展の理論』で初めて使われ、新結合と翻訳された。シュンペーターは、社会的変化を伴う幅広い「発明と市場の新結合」を包括するイノベーションという概念を導入し、次の5つに分類した。

- i) 新しい生産物または生産物の新しい品質の創出と実現
- ii) 新しい生産方法の導入
- iii) 産業の新しい組織の創出
- iv) 新しい販売市場の創出
- v) 新しい買いつけ先の開拓

レイトン・クリステンセンの「イノベーションのジレンマ」(2001)では、新技術のほとんどが、製品の性能を高めるもので、これを持続的技術と呼び。破壊的技術は、従来と異なる価値基準を市場にもたらし、一時的に性能を引き下げるイノ

バージョンだと定義した。バリュー・ネットワークという概念に基づき、パラダイムシフトが優良企業を失敗に追い込んだ事例から、経営上の意思決定と破壊的イノベーションの構造を次のように説明している。

—— 破壊的イノベーションの縦軸には、確立されたバリュー・ネットワークとは別の性能指標をとらなければならないからである。破壊的技術は、まず新しいバリュー・ネットワークで商品化され、つぎに確立されたネットワークに侵食するため、これを図式化するには、図表2のようなSカーブが必要である。破壊的技術は、独自のバリュー・ネットワークのなかで、独自の軌跡に沿って出現し、発展していく。別のバリュー・ネットワークで求められる性能のレベルと質を満たせるまでに発展すると、そのネットワークを侵食しはじめ、おそるべきスピードで既存の技術と、既存の実績ある企業を駆逐する。(p.70)



「イノベーションのジレンマ」p.71より転写

図表2：破壊的技術のSカーブ

—— 実績ある企業が持続的イノベーションの導入に成功し、破壊的イノベーションの扱いに失敗するという、驚くほど一貫したパターンがみられた。同じパターンが繰り返されるのは、そのような結果を招いた管理決定が意味のあるものだったからだ。(p.72)

—— 企業の利益を第一に考える技術者とマーケティング担当者は、意識してかせずしてか、破壊的プロジェクトを迅速に完成させるために必要な資源を投入しなかった。(p.75)

敗戦後経済が停滞していた状況で、低価格な近代漆器により山中産地は、生産を拡大していった。新たなバリュー・ネットワークにより近代漆器は発展して漆器産

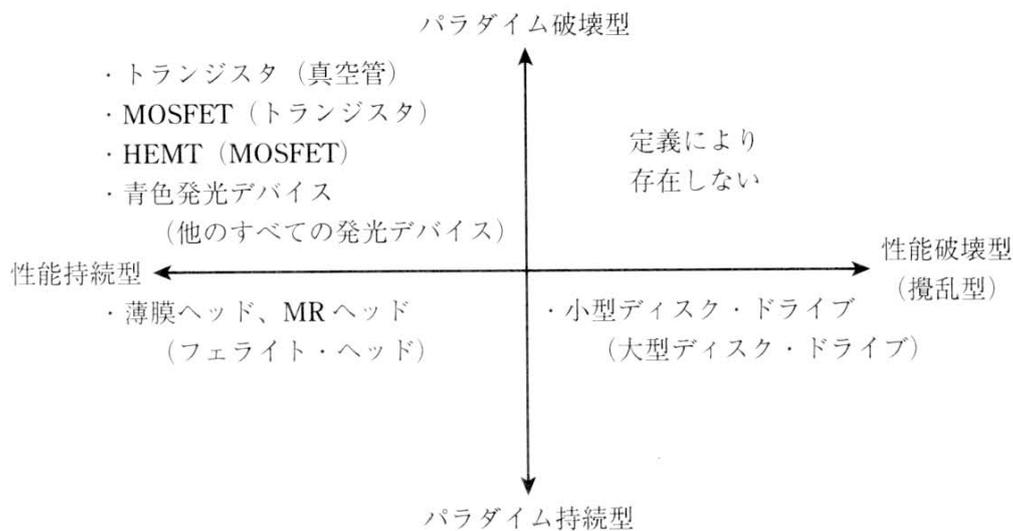
地売上日本一となる。だが、破壊的イノベーションとは様相が異なり、既存の市場を崩壊させることはなかった。現在も伝統工芸と近代漆器は共存している。この謎を解くヒントとなる事例が紹介されていた。第六章の「組織の規模を市場の規模に合わせる」(pp.186-187)に次のようにある。

— アップルは、ニュートンを発売してから最初の二年間、一九九三年と一九九四年に、一四万台を販売した。識者のほとんどが、ニュートンを大失敗とみなしたことは言うまでもない。

(中略) 新しい市場を開拓する破壊的製品で、どのようなニュースがあるのか、ユーザー自身にもアップルにもわからない、不明確なユーザー層が対象である。それを考えれば、ニュートンの売れ行きは、アップルの経営陣にとっては予想以上だったはずだ。最初の二年間の販売台数は、アップルⅡの三倍以上である。しかし、一九七九年当時の小規模なアップルにとって、四万三〇〇〇台の販売台数は、株式公開にふさわしい勝利であったが、一九九四年の大企業アップルにとって、ニュートンの一四万台という売れ行きは失敗であった。

山口栄一は『イノベーション破壊と共鳴』(2006)で、イノベーションには二組の独立した構造が存在するとして図表3を提示し、次のように解説している。本論文もこれに習い、イノベーションの入力と出力を独立とする。

— 一つは、クリステンセンが発見した「性能破壊型イノベーション」と「性能持続型イノベーション」、もう一つは、「パラダイム破壊型イノベーション」と「パラダイム持続型イノベーション」だ。前者は「主流の評価軸では性能を引き下げていて認められないけれども主流ではないところで新しい顧客を魅了するか、それとも主流の評価軸にしたがって性能を向上させているために主流市場で認められるか」ということ。つまり、潜在市場の中にイノベーションの契機がある。一方、後者は「新しい科学のパラダイムに依拠しているために、製品の物理限界を決定的に高めているか、それとも既存技術が依拠する科学のパラダイムの枠内にとどまっているか」ということつまり、技術イノベーションの源泉のちがいにその契機がある。イノベーションの出力としての潜在市場と、イノベーションの入力としての科学のパラダイム。これらが独立して存在することは、いうまでもない。そこでそれぞれのペアは、直交座標系として表現できる。(p.83)



『イノベーション破壊と共鳴』 p.84より転写

図表3：イノベーションの二次元構造

山口栄一（2006）はトランジスタの例を「クリステンセンの誤謬」だとした。だが、クリステンセンは、技術そのものを破壊と継続の二次元論で表現しようとしていない。破壊的イノベーションと継続的イノベーションという既存の表現を、自らの論理に組み込もうとしたところに無理がある。本論文では、継続的イノベーションと破壊的イノベーションという表現は使用せず、新たな分類を導入する。

2.8 モデルを構築するとき参考にした文献

『産業集積と経済発展』（松尾昌宏 2001）は、これら諸国の都市化の進行と経済成長との間に都市化率の上昇速度の速かった国ほど、一人あたりの実質経済成長率が高いという傾向が見られると述べている。高度成長を遂げている国はいずれも、工業雇用を急速に拡大させており、このことは逆に言えば、豊富な労働供給源がなければ高度成長は不可能ということの意味し、都市化とその飽和というメカニズムは、高度成長を遂げている国を安定成長に転換させる。都市化率の上昇には100%の上限があり、したがって上の事実は、初期時点ですでに十分に都市化率の高い国は高成長ができないということの意味する。アジアにおいて自由化政策が成功したのは、同じとき先進国が都市化の飽和状態にあったためとした。都市化率の低い国が必ず高成長するとはかぎらない。都市化率の低い国同士の間では、輸出競争を巡って互いの発展を阻害し合う作用が累積的にはたらく。好循環の起こる国では、

高成長と都市化率の上昇が、互いに相互作用を及ぼし合いながら進行していく。一方、悪循環の起こる側へと追いやられた国は、都市化の停滞と低成長が続く。都市化率の低い国は、複数の成長経路が存在し、発展水準もしくは所得水準で「分岐」が起きる。分岐過程は永続せず、発展を遂げた国の都市化が飽和するに伴い、自律的に再収束過程へと転じる。「分岐」の際、より好ましい側へ「ロック・イン」する初期条件についても考察している。シミュレーションには限界があると述べ、メキシコシティやカイロのように、膨大な人口を有しながらも経済的には停滞している都市の存在は、説明できないと述べている。

北原貞輔と矢田俊文の『地域経済システムの研究』（1986）では、高度成長を遂げている国はいずれも、工業雇用を急速に拡大させており、逆に言えば豊富な労働供給源がなければ、高度成長は不可能ということの意味する。都市化とその飽和は、高度成長を遂げている国の成長限界を決める。「一村一品運動」にみられる狭域的な「地域主義」が、広域的な「地域主義」と重層的に結合することにより「地域主義」は真の力を発揮する。狭域的な「地域主義」が、中央との直結をめぐる「地域間競争」に転化し、広域的なまとまりに背をむけるならば、「地域主義」の理念が崩壊しかねない危険性を有しているとした。

2.9 総括と対比分析への布石

地場産業を扱った文献の多くが、イタリアの中小企業の産地集積を取り上げていた。現在山中温泉地区を統括する自治体加賀市は、漆器産業の再生の手掛かりを得ようと、2006年イタリアのアッシリア地方に視察団を派遣している。このような経緯から対比分析として、イタリアの中小企業集積地を採りあげた。

漆器産地を知るために、同じ石川県にある輪島塗と金沢漆器の文献にも目をとおした。山中漆器は、大衆向けの安価な漆器製品を得意とする。輪島塗は、堅地塗物な高級生活用品を得意とする。金沢漆器は、前田藩工芸所の伝統を継続している経緯から、茶器や箱物などの工芸品を扱う。産地規模が近い輪島塗を対比分析の対象とする。

第 3 章

山中漆器周辺の諸相

3.1 概要

本章は、聞き取り調査と文献から山中産地周辺の諸相を整理する。まず3.2で山中漆器を選択した理由を説明する。3.3で山中漆器の産品と産業構造を解説する。3.4でイノベーションの観点からみた変遷をまとめた。次に聞き取り調査から見えてきた状況を3.5に整理する。3.6では、旧山中町郊外にある九谷焼発祥の地について記した。山中漆器業界では、一部の言葉が日常とは異なる意味で使われ、調査を始めた当初混乱した。山中漆器を扱うとき注意すべき用語の解説をまとめたので、3.7で紹介しておく。最後の3.8では、総括と分析への展望を記す。

用語集は、なぜ格別多様なイノベーションが山中漆器で起きたのか調査する過程で作成した。その目的に関連ある事項が集められている。山中漆器独自の技法や製法に関する用語を調査したものでないことを、この場を借りてお断りしておく。

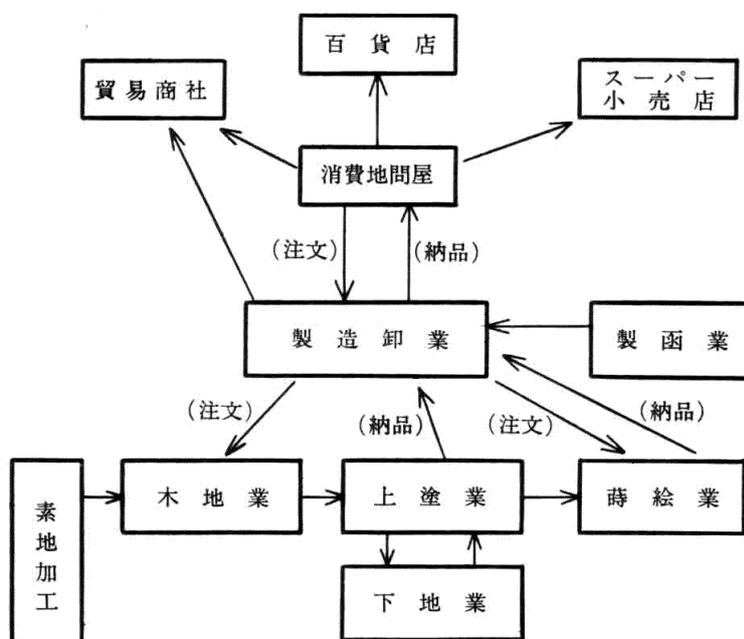
3.2 山中漆器を選択した理由

山中漆器を選んだ理由は、多くのイノベーションが起きていること。伝統工芸を共存させつつ近代漆器が発展した過程が興味深いこと。山中温泉地区は、山奥にもかかわらず集落が密集し、江戸時代末期より、一次産業を主体とする自給自足から漆器産業と温泉観光業を基盤とした貨幣経済に移行している。また現在も、温泉による観光産業・漆器生産という少数の産業で地域経済が成立していること。

3.3 産品と産地構造

山中温泉地区の漆器産業は、数百の独立した営利企業の集合体で構成される。ではあるが3冊ある『山中町史』での記述は、あたかも単一企業体のように扱っている。本論文もこの路線を継続しており、産地を単一企業体のように捉えた。本論文では、『山中町史 現代編』（山中町史編纂委員会 1995 p.286）の表記に倣い、山中温泉地区の漆器産地を「山中産地」と呼ぶ。これは、隣接する九谷焼のような陶器生産と異なり、単独で産品を制作できる事業所は存在せず、産地があたかも一つの事業体のように機能している。製造卸が中核にあることで、生産能力や技量に縛られないことが多様な製品展開を可能にしている。敗戦後経済が停滞していた状況で、低価格な近代漆器により山中産地は、生産を拡大していった。新たなバリュー・ネットワークにより、市場を開拓していった。近代漆器の発展により、漆器産地として売上日本一となる。だが、破壊的イノベーションとは様相が異なり、既存の市場を崩壊させることはなかった。現在も伝統工芸と近代漆器は共存している。戦後の近代漆器が発達したが産地構造に根本的な変化はない。その一方、近代漆器から派生した生活用品やギフト製品などの樹脂成型品は、今日多様な展開がみられる。近代漆器で新たに出現した成形工程をおこなう工場は、一部の製造卸が経営している。今日伝統工芸以外の産品が総生産の7割程度を占め、産地を支える。その一方で、伝統工芸で培った技術を活用した万年筆など、伝統工芸技術を活用した新たな展開もみられる。

専門店や百貨店等に販売は地域外の商人（あきんど）が手がけ、卸業や問屋とも異なる。このような多様な様相をみせる山中漆器の中核にある製造卸とはどのような存在か。製造卸もまた中小企業に変わりはない。1000～2000人の規模の産地に100社ほどの製造卸があり、その数は木地を手がける事業所数より多く、数人規模の所も少なくない。円高になると海外から素地を調達し、山中漆器の職人を使い加飾して販売する等、時流に乗った臨機応変な対応がみられる。近年はインターネットを活用して、消費者に直接販売を手がけるところも現れた。製造工程の中核をなすコーディネータともいえる存在で、図表4で示すような、緩やかな結びつきによるネットワーク型産業構造の核となっている。



地場産業問題対策調査報告書より転写

図表4：山中漆器の産地構造

山中産地における、製造卸を核とした緩やかなネットワーク型産業構造の利点として、次のようなものがある。

- i) コアビジネス以外をアウトソーシングした小さな組織から構成される。
- ii) 過大な設備投資は避け、委託生産や半製品を活用する製造卸。
- iii) 販売は手がけず、特定の製造技術に特化し、複数の製造卸から仕事を引き受ける職人は現代のEMS企業^{※8}に通ずる。
- iv) 余分な在庫は持たない。売れた分だけ補充生産は、リーン生産方式^{※9}を実践していると言っている。
- v) 塗りを上塗職人に一任することで取引関係を減らしている取引慣行

1990年代の不況を克服する過程で形成された生産革新の成果内容と類似している。今日もっとも合理的と考えられている生産方式が江戸時代末期にはすでに存在していたことになる。著者が山中漆器の産業構造に注目する理由がここにある。生産革新の詳しい様子は、藤本隆宏の『生産マネジメント入門<1>』（2001）の中の「第3章 製品と行程の歴史分析 ー大量生産とは何であったか」で解説している。

3.4 イノベーションの観点からみた変遷

文献からイノベーションと関連深い項目を選び、インデックス^{※10}を振り、必要に応じてコメントを加えた。次の第5章では、この情報を基に分析を進めた。

江戸以前の話については、『山中町史』（若林喜三 1956）に次のようにある。この後発行された文献に追加された事項もないので、いささか古いがここから引用した。文献は、伝承の記録をまとめたにすぎず、定かでないと言っている。分析の際に必要なに応じて参照しているが、ここであげた項目は分析対象から外している。

※8. 販売は手がけず、製造だけを請け負う企業。EMSとは、Electronics Manufacturing Serviceの略語。自社工場をEMS企業に売却し、ファブレス戦略をとる企業が、世界的に増えている。

※9. leanには、やせたとか不毛の意味がある。無駄のない効率的なトヨタの生産方式のことを指す。GMは、トヨタの生産方式を研究し、リーン生産方式と命名した。

※10. インデックスとしてとして利用する番号を振ったのは、山中漆器と輪島塗の産地に関する引用箇所のみ。そのほかの引用には番号は付加していない。

[5]— 真砂の木地挽業が山中村へ伝承されたという、おうむがえしの言伝えに、適確な史的根拠のないことは右にのべた通りである。ある時期には両村で併行していたかとも思われ、比較的地の利を占め、温泉地として発展して来た山中村に、その中心が移行したと考えることも無理はないが、それとても、前述のごとく正徳頃（一八世紀初期）に残存した真砂の木地屋が、享和頃（一九世紀初期）には絶ち、わずかに杓子作りに名ごりをとどめていた、という程度にしか把握できない。山中村へ伝わってからの発足も、今のところ結局伝説に過ぎないが、さしあたって通説となっているところを左に述べておくこととする。

- 1 天正頃（一六世紀末）真砂村より木地挽業伝わり、簡単な玩具や椀が温泉土産として作られた。
- 2 元禄頃（一七世紀～一八世紀）やや進歩し、燭台、茶托などが作られるようになった。
- 3 宝暦頃（一八世紀中期）木地に塗りが施されるようになった。これが朱溜塗の先駆といわれる栗色塗である。
- 4 寛政頃（一八世紀末）山野屋九良兵衛が眼路を京都に開き、山崎佐吉・額見屋惣七らも尽力した。
- 5 文化頃（一九世紀初）越前丸岡の御用塗師幾蔵を出蔵雪一郎右衛門が招き自家の仏壇を作らせたことが機縁となり、この地に留まった幾蔵が朱塗・青塗・石黄塗など優秀な製品を残した。
- 6 文政八年（一八二五）京都の蒔絵師善助が、蒔絵の技法を笠屋嘉平に伝えた。
- 7 天保頃（完世紀中頃）漆器販売店もようやく増加、中でも三谷屋伝次郎や山屋久三郎は、おおいに販路の拡張、技術の改善に力を尽した。会津の塗師重石衛門が、漆液の製練、色塗の配合、廻転乾燥風呂棚などの製法を伝え、越前屋六右衛門が研出塗・日蠟塗・星鹿子塗などを考案したのもこの頃である。また会津の蒔絵師が此地に往来し、子孫代々会津屋と称し蒔絵を業とし、金沢の一徳齋も高蒔絵の技法を伝えた。
- 8 弘化、嘉永頃（同）山屋久三郎は漆器の改良に意を用い、おのずから上方地方にて各種の技法を研究し、漆器工三国屋弥右衛門と相謀つてその模倣に成功し、また薄手皿や筥弁当の製造をはじめ、一方蓑屋平兵衛が糸目挽きを創始、筋物挽の元祖と称せられ、山中塗の特色を発揮することとなった。
- 9 万延～慶応（一九世紀後半）安政の開港は日本の産業に大きなショックを与えたが、慧敏な山中商人にあってもこの機を逃さず、山野屋理八のごときは長崎に販売をこころみた。文久度には漆器会所が設けられ、慶応三年大聖寺藩が会所を起し領内の物産の振興をはかるや、山屋久三郎・三谷屋伝次郎・松本屋文吉は江戸に販路を開き、また藩の補助により蒸気機関をこおろぎ橋附近に設置して塗下木地の製造を始めたが廢藩とともに廢止された。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.365）

明治維新の混乱で経済は低迷し、漆器の売上は大きく落ち込んだ。神仏分離により始まった廃仏毀釈が原因で、明治初期の大量の美術品が海外に流失している。計画されている海外に流失した漆器工芸の修繕事業構想は、皮肉にもこのような不幸な事態が基盤となっている。文明開化の新しい風邪と混乱の忽然とした状況から、次のようなイノベーションが起きた。

1868 明治元年 新家熊吉^{※11}が足踏み轆轤開発

[6]— 従来二人挽きでひいていたロクロを、一人で足をもって機械を運転し手でひく構造に変え、その能率の上に大改造を加えたり、また白山の森林地帯におもむいて多量の原木を購入して送らせ、木地の多量生産をこころみて、その販路を各都会他にひらく。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.863）

1869 明治02 紙屋用水

[7]— 一八六九年（明治二）三月に山中村まで通じ、四月には塚谷に至り、やがて長谷田地内に達した。（中略）一八七〇年（明治三）十一月に第二期工事が完成し、さらに第三期工事を行い、一八七六年（明治九）九月に幅員五尺（約一五二cm）の用水路を、第一期工事の経費は大聖寺満と十村役の鹿野源太郎が主に出費した。第二、三期工事はすでに廃藩以後であったため藩からの出費はなく、西野庄与門の私財と紙屋谷の村々の負担であったといわれている。『山中町史 完結編』（西島明正 2006 p.234）

[8]— 明治維新の動乱期には、社会的不安のため一時不振におちいった。漆器職人たちは生活難にあえいだが、紙谷用水の開さくに土木労働者として参加したのもこのころのことであった。しかし、戊辰戦役も終り、版籍奉還により国内政情も落ち着いてくると、ようやく需要の日当もつき、業者たちは品質向上、販路拡張に必死の回復連動をはじめた。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.377）

1870 明治03 山屋理八、海外輸出を試みる

[9]— 山岡家四代目山岡理八は、中国漆が輸入されるようになると、大阪の水田漆行と取引を開いて職方へ供給し、また大坂江戸堀の豪商加藤武左衛門を介して輸出をさかんにした。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.860）

※11.初代新家熊吉は1867年生まれ、元々木地師であったが、のちに新家工業を創設する。1989年生まれの息子が同姓同名で、大同工業を創設し、のちに初代加賀市長となる。

1890 明治22 パリ万博に出展

[10]—— 山岡家四代目山岡理八は、(中略) フランスのパリで万国大博覧会が催されたとき、三つ組鏡巢形その他三三点を出品して銅賞をうけた『山中町史』(若林喜三郎1956 p.861)

1900 明治33 山中町と大聖寺の間に馬車鉄道が開通

[11]—— 山中と河南村の荒木間を馬車鉄道が始めて走ったのは明治三十二年十月で、翌年荒木―大聖寺間が開通し、ここに大聖寺駅から山中駅への全線が開通したのである。馬車鉄道というのはレールの上を馬車が走り、一頭立ての馬車で乗客八人位が限度であった。資本金五万円一株五〇円の株式会社で、株主は山中鉱泉業者であることから温泉関係業者の交通に対する関心がうかがえる。『山中町史 完結編』(西島明正 2006 p.226)

1903 明治36 新家熊吉、日本で初めて木製リムを手がける。

[12]—— 明治三十四、五年緋の着物に白帯といういでたちで清・韓及び露国を視察し、同三十六年意を決してリム製造に専心するに至った。これは当時の漆器界の不況と、自転車流行への見通によって転向したもので、やはり彼の旺盛なる創意と企業心とによることであった。当時はアメリカ製の木製リムを使用していたので、得意のロクロ細工の技術から、容易に転向することもできたのである。やがてイギリス製の鉄鋼リムがこれに代り木製リムを駆逐するいきおいとなったので、大正二年長子(現社長新家熊吉)を同伴イギリスに行き機械及び技術を導入し、爾後木製リムを鉄鋼製にきりかえ、輸入品に劣らざる製品をつくり出すことに成功した。『山中町史』(若林喜三郎1956 p.864)

1911 明治44 紙屋用水を利用した大聖寺川水電株式会社設立

[13]—— 『山中町史 完結編』を利用した五〇〇キロワット余の山中水力発電所がこおろぎ町地内に建設された。『山中町史 完結編』(西島明正 2006 p.227)

1912 明治45 北陸鉄道加南線が開通

[14]—— 電力の供給を受けて、馬車から電車に改良された。馬車鉄道会社は山中電軌株式会社に改組され、まもなく横山章の経営する温泉電軌株式会社に権利を譲った。一九一三年末正二)より営業が始まり、石川県で最初の電車が登場したのである。創業当初は、山中～大聖寺間を一日一八往復しており、温泉客だけでなく付近住民の交通手段として利用され、一九七一年(昭和四十六)の廃線『山中町史 完結編』(西島明正 2006 p.227)

1914 大正03 1918年まで第一次世界大戦

戦地がヨーロッパということで、戦中から復興期はヨーロッパへの軍需・民需の輸出により、日本国内は好景気に沸いた。

1917 大正07 電動轆轤が普及し生産が伸びる

[15]——山岡理八（やまおかりはち）山岡家五代目 ※¹²（中略）大聖寺川水力電気株式会社を發起設立につとめ、木地生産に電動力を導入する機縁をつくった。『山中町史 完結編』西島明正 2006 p.330)

1928 昭和03 県立試験場の指導を受けベークライト漆器の研究

[16]——山岡理八、農商務省技官三山善三郎・大阪市立研究所高岡勉氏の指導でベークライト漆器の研究に着手する。『山中町史 完結編』（西島明正 2006 p.330)

1923 大正12 9月1日関東大震災

1927 昭和02 昭和恐慌

衆議院で若槻内閣蔵相片岡直温が、営業中の東京渡辺銀行が破綻したと失言したため翌日同銀行が休業、取付け騒ぎに発展した。その騒ぎが飛び火し、東京・横浜の中小銀行でも取付け騒ぎが発生し多くの銀行が休業する。さらに当時、急成長した鈴木商店が、主力銀行の台湾銀行から取引停止を受ける。震災手形の最大の債務者であった鈴木商店の混乱は、日本経済全体へ波及した。

1931 昭和06 山中温泉地区大火災

[17]——一九三一年（昭和六）五月七日午前二時二〇分、本町第九区より出火し、おりからの強風に全町二二区中一七区八〇〇戸を灰燼と歸し、午前七時ようやく鎮火した。主な焼失施設は、町役場、警察、小学校、隔離病舎、郵便局、銀行、寺院、神社、工場、鉱泉旅館、商店等で、山中町の戸数の約八割が焼失し、損害額は約六〇〇万円であった。（中略）町全体の街路網の計画を立て、焼失区内に建設線を指定し、復旧の大事業に着手した。（中略）旅館もすでに着手していた内湯の施設が普及し始め、大聖寺川沿いの景勝地に大規模な近代的旅館が続々と建設された。『山中町史 完結編』（西島明正 2006 p.230)

※12.1866年生まれ、山岡家五代目山岡理八のこと。1890年パリ万国大博覧会に漆器を出品したのは1814年生まれ山岡家4代目山岡理八。

1936 昭和10 ベークライト漆器製造が始まる

[18]— 昭和和漆器株式会社が設立（山岡理八）され、ベークライト漆器製造に着手する。山中町史 完結編』（西島明正 2006 p.331）

1937 昭和12 支那事変

1939 昭和14 1945年まで第二次世界大戦

1941 昭和16 山中海軍病院開院

[19]— 昭和十二年から、金沢陸軍病院の転地療養所となっていたが、これは同十四年で打切られ、海軍一色となったわけである。設置事情を簡単にのべると、支那事変もいよいよ解決和平の見込みを失った昭和十三年（一九三八）、舞鶴要港部は、その管区内で温泉療養所の設置を希望し、山中温泉に白羽の矢を立てたにはじまる。もちろん、これも町当局や旅館組合の猛烈な運動により、県庁を動かして要港部へ熱心に請願した結果で（中略）各旅館は全部海軍が借り、食器・夜具などすべて買上げられた。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.197）

1942 昭和17 山中航空（株）

[20]— 一九四一年（昭和十六）の太平洋戦争の勃発で、山中漆器も統制経済下にはいり、原木や漆等の資材が入手困難となり、職人の徴兵も増え漆器業界は休業状態となった。一九四二年漆器組合は、軍需産業に転換するため中島航空機株式会社の下請工場として、大同工業の上原工場を買収し、飛行機の板金部門の生産を目的とした山中航空株式会社を設立した。これによって漆器関係者は、軍需生産に従事することになったのである。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.384）

1945 昭和20 終戦

700万人の軍人・軍属の退職金や軍事工場への臨時軍事費の支払いが、終戦後わずか3ヶ月で266億円にも達した。この金額は昭和18年の臨時軍事費とほぼ同じ金額で、物不足の中、流通通貨が増加した。急速なインフレを招き、1945年から1946年の間に物価が5倍となった。極度のインフレは国民の不安感から、庶民を買いだめに走らせ、事態はさらに悪化した。

1946 昭和21 預金封鎖・新円切り換え

ラジオで突然政府は、国民に向けて預金封鎖・新円切り換えを宣言した。3月からは、世帯主 300 円、家族 100 円に限って新円を引き出すことができた。「物価統制令」が施行され、需要抑制策は一応の成功をおさめ、インフレは沈静化した。

[21]— 明治初期、鹿野源太郎が紙谷用水の開さくに失業漆器業者を多数使用したこと、及び今次終戦後、漆器業の再興いまだしるとき、吉本町長時代に三〇〇万円以上を投じて失業救済事業として、小学校や東山公園の敷地整理を行ったことなども、間接的な功勞として注意すべきものであろう。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.417）

[22]— しかし、戦況の激化につれすべての条件も悪化し、生産は低落したまま終戦を迎えたが、戦争による全国都市の大破壊から日用品の払底もはなはだしく、都会向け大衆品生産を特色とした山中漆器は、いち早く復興の機に恵まれたのであった。この点、農村の上層部を対象にした高級品を特色とした輪島漆器が、戦後の農地解放による富農層の転落のため復興が遅かったのに比して幸運であったと言わねばならない。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.384）

1951 昭和26 新家工業、上原町に山中工場建設

工場従業員数 700 人あまり。全従業員が山中温泉地区に住居を構えるわけではないが、漆器産業の従事者の半分に相当する新たな雇用が誕生したことになる。

[23]— 昭和 24 年再増資を決定し、資本金五千万円となり、昭和二十五年八月焼失した山中工場復活の機熟し再建に乗り出し、昭和二十六年四月一応の工場設備を完了し操業の運びとなった。『山中町史』（若林喜三郎1956 p.23）

1955 昭和30 ベークライト輸出の好調と漆の入手が困難

[24]— 山中の産業界はいよいよ活況を加えてきた。個有の漆器産業では輸出生産が依然好調を続けているが、一般にベークライト使用と吹きつけが多くなり、多量生産の傾向はますます強まって来たといえる。ただ、中国貿易の停滞で、漆の入手が困難となり、生産上の支障となっていることは、漆器産地共通のなやみである。『山中町史』（若林喜三郎1956 pp.836-840）

1955 昭和30 プラスチック生産が始まる

1959 昭和34 プラスチック生産が本格化する

[25]— 木地業を営んでいた業者の中にも、転業するものが多く、また製造卸を営んでいたものからも兼業したり、新たに工場を作ったりもするものまであった。素地が大量生産されるようになれば、それに対応して上塗や、蒔絵は、従来のやり方ではとても仕事をさばききれなくなり、上塗も吹付塗装によりおこなうことになり、漆と異なった代用漆（カシュー）を用いるものが多くなり、その溶剤としてラッカーやシンナーを用いなければならなくなったのである。引火性の強いものだけに旧山中町（温泉）から脱出せざるを得なくなり、上原町や

加賀市別所町に漆器団地を形成していった。つまりそれは、合成樹脂業とそれに関連した新しい漆器関連業者の工場群であり、また下請加工業者の団地となっていったのである。『石川県の伝統産業』（石川県高等学校野外調査研究会 1965 p.153）

1965 昭和40 転写印刷による蒔絵

1970 昭和46 工業団地稼働

[26]— 昭和三十年代に入り、合成樹脂を素材とする近代漆器の爆発的な需要生産の現状から、従前の狭小な施設ではとうていその需要を満たすことはできず、工場団地の必要性が問われてきた。折しも、昭和三十七年に中小企業高度化資金助成法が成立し、事業資金の貸付け・助成の道が開かれるに及んで、(中略) 石川県当局は一本化を提唱して仲介に入ったが、広大な候補地もなく、あっ旋不調のままに、翌三十九年八月に両団地ともに認定され、山中漆器業界に二つの漆器団地が発足することとなった。同年秋からそれぞれに造成工事が始まり、四十、四十一年にわたって工場建物が建設され、四十二年春には両団地ともに完成祝賀式が挙行された。『山中町史 現代編』（山中町史編纂委員会 1995 p.297）

1975 昭和50 ギフト市場進出

『山中町史』を含む多くの文献は、ギフト市場に進出し躍進した事実のみが記述され、負の側面が隠されていた。ユリア樹脂は熱湯の中にホルマリンが溶け出る。1970年代にプラスチック製食器類の使用が社会問題となり、需要が急減し、構造転換が避けられなかった。

[27]— 1966年8月 「ユリア樹脂製食器からホルマリン検出」主婦連の日用試験室で行ったユリア樹脂製のベビー食器のテストによって、ほとんどのユリア樹脂製食器から熱湯を入れると有害なホルマリンが溶出することが判明した。その結果、厚生省は食品添加物等の規格基準を一部改正。プラスチック製食器の安全・衛生基準の強化・商品の材質や使用法の注意など品質表示をすることになった。「主婦連のあゆみ」（2008.01.03）

[28]— ユリア樹脂を用いて素地を作っていたための公害の問題が出てきた。特に什器類は熱湯の中に、溶け出るということである。このことを契機として、プラスチック製漆器の人气が落ちたことと、所得水準の向上による消費の高級化、それも天然材料による木製漆器の見直しとなって現われてきた。しかし木地業から合成樹脂業へ転換した業者や、木地業従業員でも他の工業へ転業していった人が多かっただけに、山中漆器産業全体としては、大きな混乱を起したとも言える。それは、贈答用品市場が大きい市場へ、金属製品、陶磁器、ガラス製品など競合するものが多くなり漆器産業の前途を暗いものにしていくとも言える。『石川県の伝統産業』（山中町史編纂委員会 1995 pp.155-156）

[29]— 昭和五十年以降、ギフト市場への進出はとみに高まり、産地出荷額の五〇%を超えるに至り、実に山中産地の生産額急上昇の要因となって、全国漆器産地の中で最大の年商額を誇

る一大産地へと発展した。ブライダルギフトの平均単価は、三千円前後で、近代漆器の商品単価ゾーンと一致し、生活空間を創造するインテリア用品を主に、実用性・機能性・アイデアと感性あるデザインでのものづくりは、消費者指向・市場に歓迎されたのであろう。その後、異業種交流・家電用品との複合商品の開発により、電話台・時計・ハンドクリーナー・オルゴール製品などのヒット商品は異業種を含めた関連業界を驚かせた。また、平成に入り、業界の大手企業がこぞって企画したハナエ・モリや寛斎のデザインに始まる一流デザイナーによるDCブランド商品は、予想以上の売上げをみせ、ギフト市場を席卷し、山中産地の新商品開発・市場での実績は高く評価され、他産地の脅威となった。『山中町史 現代編』(1995 p.319)

[30]— 合成樹脂を素材とした近代漆器は、アメリカ・ヨーロッパを中心に市場が開拓され、昭和四十三年には生産額の一三%、三億二六〇〇万円となった。『山中町史 現代編』(山中町史編纂委員会 1995 p.320)

1977 昭和52 通商産業省から伝統工芸に認定される

[31]— 昭和四十九年五月二十五日に、伝統的工芸品産業の振興に関する法律が制定された。伝統的工芸品とは、日本人の生活に密着した、主として日常生活の用に供される工芸品で、製造過程において持ち味に影響のない補助的工程は別として、その主要工程が手作業であり、百年以上の歴史がある伝統的な技術・技法や伝統的な原材料の使用で、十企業または三十人以上の従業者で産地を構成していることなどの条件があり、産地組合の申請に基づき通商産業大臣が審査・認定するものである。『山中町史 現代編』(山中町史編纂委員会 1995 p.303)

1985年 昭和60 円高で輸入品の台頭

[32]— 昭和五十五年ごろに中国より汁椀の輸入を試みたが、品質的には市場価値が薄く中断された。(中略) 昭和六一年ころから、台湾で技術・デザインを指導し、汁椀や盆などの木製品を製造・輸入した。次いで、フィリピンをはじめ東南アジア諸国より、サラダボール等の商品が、山中産地のみならず全国の漆器産地や商社に直接、大量に輸入される事態となり、わが国は転機を迎えることとなった。さらに、以前の技術度に比べて飛躍的に向上した中国の漆器が、大企業の施設・設備で量産化され、商品構成で積極的な輸出体制がとられた。豊富な原材料で、日本の三十分の一に相当する人件費と若年齢の労働力で生産される。製造コストの五分の一程度で輸入される状況『山中町史現代編』(山中町史編纂委員会 1995 pp.320-321)

1993 平成05 円高で輸出20億から5億

[33]— フランクフルト・アメリカ・シカゴなどの国際見本市に出品するなど積極的な施策の中で、東洋趣味の加飾蒔絵の商品からトレー・小宮・小物類の生活用品などの商品輸出が漸次増加し、急激な円高・ドル安となった昭和六十年の直前には、二〇億円以上の輸出額であった。ところが、比較的好調な輸出も、円高の為替相場により急激な減少となり、平成五年度

には、わずか五億円程度。依然として円高が続く景況下では回復の見込みのない状況となった。『山中町史 現代編』（山中町史編纂委員会 1995 p.319）

1993 平成05 JOYマークの商標登録

[34]— 木製漆器は、木地・下地・上塗・蒔絵の四工程を四人の技術者が、それぞれに伝統技術を駆使して製造された工芸品であるとの価値を意義づけるために、高級品認定制度を制定し、厳格な品質検査により認定証を交付、商品に添付・販売することとした。製造に従事した工程別技術者の氏名を明記し、従事者の顕在化と品質の保証を消費者に示す制度で、全国の漆器産地では初めての試みであり、流通関係者からも高く評価されている。認定証に記載するJOYマークは、「ジャパン（うるし）・オリジナル・山中」を意味し、平成五年九月、特許庁に出願中の商標登録が認可されている。『山中町史現代編』（山中町史編纂委員会 1995 p.296）

2000 平成12 給食用などのPET樹脂食器を開発

[35]— 学校給食用食器の安全性に関する社会的な関心が高まる中で、これまでのポリプロピレン、メラミン、ポリカーボネート製食器の安全性が問題となっており、安全な食器を望む声が大きくなっている。このような背景の中で、山中漆器連合協同組合では、平成11年にPET樹脂による学校給食用食器開発プロジェクトを設置し、約半年間で製品開発を行った。『技術ふれあいミレニアム2000発表会要旨集』（2007.12.31）

2006 平成18 漆の木の植樹を始める

[36]— 石川県加賀市山中温泉風谷町の大聖寺川左岸で、山中漆器の原料となる漆の森づくりが本格的に始まった。このほど、地元住民や山中漆器、山中温泉の関係者約60人が参加して、昔ながらの山焼きを行った。山中漆器の振興や観光資源化の期待を込め、今後は漆の植樹に取り掛かる。同市などによると、漆塗りの原料となる漆は、価格面で中国産などに押され国内産は国内消費量のわずか約1%。（読売新聞 2006.8.14）

NPO「漆の森」を2006年に設立し、植樹運動を継続している。

2008 平成20 修繕会社設立計画

更谷富造氏の講演「日本が棄てた宝物」が、山中温泉山中座にておこなわれた。このとき加賀市助役は、内閣府から「漆のふるさと」として構造改革特区の認定を受け、漆器修繕事業を軸とした地域再生構想を発表した。以上を年表にまとめると次のようになる。

西暦	年号	引用	事件
729	天平年間		僧行基が山中温泉を発見する
1580	天正年間		助兵衛、越前から真砂に来て木地挽きを始める。
1655	明暦元年		前期古九谷焼きが行われる。
1658	明暦4	5	「真砂村村御印」により木材採伐利権が認められる
1751	宝暦年間	5	越前より栗色塗り導入
1769	寛政元年	5	大阪に販路を開く
1833	天保4	5	凶作が続き山中不況
1835	天保6	5	京都より蒔絵導入
1769	弘化年間	5	蓑屋平兵衛、糸目挽き創始
1833	万延元年	5	大阪業者と共同で上田惣九郎が海外輸出に試みる
1868	明治元年		明治維新の混乱期
1868	明治元年	6	足踏み轆轤開発
1870	明治03	9	山の屋理八が海外輸出に試みる
1889	明治22	10	パリ万博出展
1897	明治30		北陸線の開通
1900	明治33	11	山中町と大聖寺の間に馬車鉄道開通
1903	明治36	12	新家熊吉日本で初めて木製リムを手がける
1911	明治44	13	紙屋用水を利用する水力発電所を建設
1912	明治45	14	温泉電軌株式会社設立し県内初の電車を運行
1914	大正03		第一次世界大戦 1918年まで
1918	大正07	15	電動轆轤普及し生産が伸びる
1927	昭和02		昭和恐慌
1928	昭和03	16	県立試験場の指導を受け山岡理八ベークライト漆器の研究
1931	昭和06	17	山中温泉地区大火災
1931	昭和10	18	山岡理八が昭漆器株式会社を設立ベークライト製造に着手
1937	昭和12		第二次世界大戦
1941	昭和16	19	山中海軍病院開院
1941	昭和16		太平洋戦争開戦
1942	昭和17	20	山中航空(株)
1943	昭和18		北鉄河南線開通
1945	昭和20		第二次世界大戦 終わる

図表5：山中漆器 年表1/2

1945	昭和20	39	漆が入手難のため、代用としてカシュー塗料が開発される
1946	昭和21	21	預金封鎖・新円切り換え
1951	昭和26	23	山中町上原町に山中工場建設、金属製リムを製造
1955	昭和30	26	プラスチック生産が始まる
1959	昭和34	26	プラスチック生産本格化
1963	昭和38		別所地区に加賀山中漆器工業団共同組合が工業団地を造成
1964	昭和39		上原町地区に山中漆器工業団共同組合が工業団地を造成
1965	昭和40		蒔絵を転写印刷
1965	昭和40		北陸自動車道路開通
1966	昭和41	27	主婦連より、熱湯でリア樹脂製からホルマリン溶出が判明
1971	昭和46	26	上原町地区・別所地区の工業団地が稼働
1972	昭和48		北鉄河南線廃線
1975	昭和50	29	ギフト市場進出
1975	昭和50	31	通商産業省の伝統工芸に認定を受ける
1985	昭和60	32	円高による輸入品の台頭
1985	昭和60		売り上げ日本一
1991	平成03	33	バブル崩壊期売り上げ減
1993	平成05	33	円高で輸出20億から5億
1993	平成05	34	JOYマークの特許庁に商標登録
2000	平成12	35	給食用などのPET樹脂食器を開発
2006	平成18	36	「漆の森づくり」で漆の木の植樹を始める
2008	平成20		修繕会社設立予定
西暦	年号	引用	事件

図表6：山中漆器 年表2/2

3.5 聞き取り調査から見えてきた状況

戦前に県立工業試験所から技術移転を受けベークライトの生産が立ちあがった。第二次世界大戦により、戦死した職人も多かった。復興に向け、生き残った伝統工芸の職人も、伝統漆器の売上が低迷し、空いた手間を埋めるため仕事を受け入れた。伝統工芸で形成された場に近代漆器造りが広まった。支那事変により、中国からの漆器の輸出が滞るようになった。インドのカシュー・ナッツ廃材を利用した塗料を使いだしたが、それでも高い、樹脂は塗料が吸わないので量が少な

くて済む。漆の美しさは、磨きによる美しさによる。表面が極限までなめらかなることによる光の演出とされる。樹脂は塗料を吸わないので量が少なく済む。手法は異質だが、ほとんどの職人は兼業している。近代漆器も大半は、今も家内工業生産によるので、伝統工芸と近代漆器を別の組織として捉えることは困難といえる。従事者数もきわめて不明確で、発表された数字を鵜呑みにするのは危険だ。表に出ている数字以上に近代漆器の売上が大きい。

山中温泉地区には広い場所もない、工場団地といっても小規模。工業団地ごとに、製造卸を核にグループが形成され、漆器が生産される。工業団地ができた当時は、工業団地の中で仕事は完結していた。山中地域は、家具類を手がけていない。新規事業共同体立ちあげなど、組合は調整役を担っている。扱う商品が小さいので移動も容易。最近は道もよくなったので交流もある。扱う商品は、腐らず壊れない品物なので、工場の片隅に保管しても、そうじゃまにはならない。扱い個数も多くないので、宅配等の汎用流通経路を使い配送する。商人と書いて山中漆器では「あきんど」と読むバイヤーの仲介により、百貨店等や卸問屋に商品は売られる。商人の間も、単純な競争関係は存在せず、得意不得意分野を持つ。商人もまた個人事業者中心で、販売に於いても緩やかな共同体が形成されている。商人はどこかの製造卸の紐付きというわけではない。年に数度開かれる共同展示会では、自己負担で山中温泉に宿をとる。大きな投資が必要な成型工場は、製造卸が所有しているケースが大半で「成型事業C製造卸」という関係にある。成形設備は、材料供給業者からレンタルすることが多く、製造卸業者もそう大きな投資はしていない。金型は製造卸の所有となっていることが多い。山中温泉地区は地の利も悪く、高度な成型技術を持つわけではない。山中温泉地区にある技術は、近代漆器に特化したものとなっている。高度な樹脂成形技術を持っていないので、下請けの仕事が入ってこないのではないかと。

漆器事業者の多くは高齢で、仕事量が落ち込んでも転業せずに頑張っている。多くは家内工業で、従事者も暖かな存在といえる。暇なときは別の仕事をしていて、忙しくなれば手伝ってくれる人が身近にいる。大半のところは、住居の片隅が作業所となっており、従事者の年齢を考えると、新たな分野に進展を図るよりは、適当な時期に廃業するのが自然な成り行きではなかろうか。それに変わる新しい製造業はなく、温泉による観光業のみが頼りと言っている。山中経済の基盤となっていた産業が破綻しかねない状況にある。一見悲惨とも思える状況だが、

当事者である住人の多くが困っているかといえば、はたしてそうだろうか。山中地域住人と地域行政では、状況への認識が異なる。もともと住居の片隅で始めた仕事で、導入した設備の減価償却もとうの昔に終わっている。いつ廃業しても大きな損失はない。近代漆器に期待を持たない子息は、すでに山中から出て仕事をみつけており、廃業しても困る人はいない。近代漆器の先行きがどうなるか解らないが伝統漆器産業は残っていくだろう。山中は近代漆器の繁栄の影で、蒔絵等伝統技術が大きく後退した。山中地域から出た人間国宝は轆轤師であった。他の漆器産地と違い、現在伝統工芸を支えるのは轆轤師となっている。

近代漆器と樹脂製食器の違いは、名称の違いのみと言っていい。山中近代漆器製食器を、その他の産地で生産されている食器と見分けるのは難しい。日本人の漆器離れだけが、山中漆器の減衰の原因とはいえない。従来漆器と無縁であった競合製品に市場を奪われたことも無視できない。NTT向け電報盆はその例といえる。樹脂製の近代漆器は、確かに山中が開拓した市場だが、今や海外を含め数多くの競争相手が存在し、山中漆器の近代漆器の地盤沈下が起きている。同様に、伝統漆器の売上の落ち込みを、需要減少と捉えるのは危険だろう。フィリピン産木製サラダボール^{※13}の普及などよい事例といえる。今の日本人にとって漆器は、木製食器を買い求めるときの一つの選択にすぎない。加賀市行政の認識は「木製≒漆器」だが、消費者の意識は別のところにあると思われる。

3.6 九谷焼発祥の地

山中漆器に関連ある人から聞き取り調査をすると、今日陶器はつくられていないとい但し書きの後、旧山中町郊外に九谷焼発祥の地があった話が出てくる。いつとき、九谷に滞在した北大路魯山人は、焼くのは他人に任せて絵付けのみを手がけていた話が付け加えられる。

※13.当初は、チーク材が使われ、塗装がされていなかった。当時チーク材は、東南アジア一帯ではそれほど貴重ではなかった。地域の特産材を活かし容易に作成でき、かつ高級な質感がある。まさに、地場産業の起源の様相といえよう。広葉樹チーク（Teak）材は、原産地東南アジアの高温多湿で育った木材でクマツヅラ科（*Tectona grandis*）。チークには良質の木製タールが含まれ、肌合いは滑らかで柔らかい感触がある。弾力があり曲げに強く、硬い割には加工が容易。十分乾燥したものは、吸湿による狂いが少なく虫にも強い。

現在の九谷焼の産地は、山中温泉地区とは少しばかり離れたところにある。九谷焼の産地を訪れると、何千もの作品を並べて販売する陶芸家の工房が点在している。材料費が安く人件費の負担も重くない陶芸品の場合、製造原価が売価に占める割合は大きくない。いつ売れるかわからないものを大量に陳列する行為が営利事業の範疇できる。漆器は、高価な本漆を塗ると販売価格に対し材料費の占める割合は陶器と比較すると大きい。販売価格で、協力者への人件費の支払いを償却しなければならない。売れて制作費が回収できるまでの資金繰りを考えると、九谷焼の工房のように、いつ売れるかわからないものを大量に陳列しておく商売は成り立たない。その上陶芸家は、単独でのすべても工程をこなすのが容易なため、陶芸家として独立するのはそう難しくない。一方、外注を活用しないと漆工芸家としてやっていくのはより困難になる。まず、すべての工程をこなす技術を身につけることは容易なことではない。

3.7 山中漆器を扱うとき注意すべき用語の解説

- ・ 木地

漆が塗られる白木のこと。樹脂製は素地と表記される。ではあるが、山中漆器では、木製と樹脂製ともに口頭では「木地」と呼ぶこともある。

- ・ ベークライト

山岡理八は、農商務省技官三山善三郎・大阪市立研究所高岡勉氏の指導でベークライト漆器の研究をおこない。1935年に昭和漆器株式会社が設立し、ベークライト漆器製造が山中温泉地区で始めた。1955年プラスチック素材による近代漆器までの20年間使われた。第二次世界大戦の後の山中漆器復興を支えた。フェノールとホルムアルデヒドを原料とした熱硬化性樹脂の一つで、世界で初めて植物以外の原料で人工合成され、フェノール樹脂とも呼ばれる。耐熱性が高く絶縁性も良いが、樹脂としては高価な部類に入る。現在は電子回路用プリント基板等、特長を生かした領域で活用されている。研削など後加工が容易なことから、工芸品の材料として活用されることもある。熱硬化性樹脂で熱をかけると固まり、圧力成型が使われる。金型による複雑な成型には限界があり、現在普及している樹脂と比較すると造形の自由度は高くない。今日調理器具では、耐熱性の要求される部分などに限定的に使われるのみとなった。椀の形は単純だ。水が染みこまず耐

熱性と強度があり長く使っても狂いが無いベークライトは、椀に使う材料としては現在においても優れた樹脂といえる。ベークライトの原料となるフェノール樹脂に木粉を混ぜ込んだ硬化性樹脂でつくった食器が2004年に開発され、市販され始めた。特徴は、感触が木製に近く割れや狂いが無い。木地を作る過程から出る廃材を活用しており、バイオマスという概念から注目されている。

- **ベーク**

ベークライトも人造樹脂だが、世間ではプラスチックと明確に区別されている。山中温泉地区で使われる「ベーク」は、一般的に使われているベークライトの略語ではない。口頭では、木製以外の樹脂製素地の総称として使われる。

- **ユリア樹脂**

近代漆器の生産が始まった当初使用していた樹脂で、ホルマリン問題がギフト市場へ転出するきっかけとなった。

[37]— Urea Formaldehyde Resin-UF は、尿素とホルムアルデヒドとの重合反応によって製造される、熱硬化性樹脂に属する合成樹脂。(中略) 1949年に、加硫反応や加熱された際にホルマリン溶出が発見された。また、量産性に優れた射出成型に対応する様々な合成樹脂が発明され、圧縮成型法に頼る尿素樹脂は急速に需要量を落とした。ウィキペディア「尿素樹脂」(2007.12.31)

- **PET樹脂**

山中漆器連合協同組合は、1999年に松下電工(株)と石川県試験場の協力により、ポリエチレンテレフタレート(PET)樹脂を利用した給食用食器開発プロジェクトを設置した。-20℃から160℃まで、冷凍庫から高温殺菌庫まで使え、従来のプラスチック製食器とほぼ同等価格。内分泌かく乱化学物質を含まずリサイクルが容易といった特徴を持つ。著者が遭遇した範囲では、山中漆器関係者はPET樹脂にベークの呼称を使う者はいなかった。山中漆器関係者は、同じ樹脂製品でも、近代漆器とは別ものとして意識している。

- **カシュー塗装**

天然塗装と表記があると、カシュー塗装と施されている。中国から漆の入手が困難になり、代用品として使われ始めた。漆器より安い、ウレタン塗装より高価。塗りもしくは吹きつけで漆器に近い光沢が得られ、磨く必要はない。代用天

然うるし塗料はそう安くない。木は、塗料を吸い込むため塗装代が高くつく。塗料が染みこまない樹脂と相性が良く、急速に普及した。

[38]—— 主原料の名称「カシュー・ナット (cashew nut)」にちなんで名づけられた。1950年にカシュー株式会社が発明し、特許を取得した漆系の合成樹脂塗料のこと。漆の代用として使用される。食用のカシュー・ナッツの実の殻から抽出されるカシュー・ナット・シェル・オイルを主成分として、フェノール・メラニン・尿素・アルキドなどをアルデヒドと共縮合することで製造される。主成分の一つであるカードールが漆の主成分のウルシオールに類似した化学構造を持つ。カシュー樹脂塗料は塗膜や性能も漆とほとんど変わらないが、光沢があり、高樹脂分のためふっくらとした肉持ち感がある。塗料の乾燥は空気中の酸素を取り込む酸化重合であるので、漆のように湿度を必要としないため、自然乾燥または加熱乾燥が行われる。ウィキペディア「カシュー」(2007.12.30)

・ シュラック

ヨーロッパにおいて、うるしの代用品として使われることもある天然塗料。紀元前から中国では使われていた。蓄音機時代の SP 盤の材料でもある。三田村有純の『漆とジャパ—美の謎を追う』(2005 p.164)によると、

[39]—— ラック介殻虫が豆科や桑科の樹木に寄生し、樹液を吸って体外に分泌された分泌物(樹脂)を言う。樹木の枝にたくさんの虫が群集するために分布物が一塊りとなって棒状となるので、スティックラックと呼ばれる。インドに多く産する。(中略) 天然樹脂としては唯一の熱硬化性樹脂である。熱に容易に溶融するが一度熱硬化したあとは、水、熱やアルコール以外の溶剤に侵されなくなる。ワニスで塗布されたシュラックの塗膜は、光沢がよく、耐摩耗性、密着性、耐久性、耐油性に優れ、電氣的に不導体で円滑な表面皮膜となる。

・ うるし

山中漆器の人が使ううるしの範囲は広い。化学合成された樹脂も含めた、うるしの風合いを持つものの総称として使われる。うるし独自の風合いは、磨きによる美しさ、表面が極限までなめらかになることによる光の演出による。山中では、漆の木からとる樹脂を本漆と呼ぶ。従来は本漆は刷毛を使って塗っていたが、現在は溶剤を混ぜて吹きつけ塗装する技術もある。「天然うるし塗装≠本漆塗」でないことも注意が必要だ。カシュー・ナッツの殻から作られる天然うるし塗料が存在する。木椀はすべて本漆が塗られるとは限らない。カシュー・ナッツから作られる天然うるし塗料やウレタン塗装をすることもある。通常本漆を樹脂製食器に塗ることはない。ではあるが、万年筆の樹脂軸に伝統工法の蒔絵を施したもの

が国内外の文具メーカーから販売されている。メーカーからの注文で山中漆器でも生産を手がけている。能登にある NEC 多治見が輪島塗のキーボードを販売するなど、伝統的技法が樹脂製品に活用されることもある。このような木製以外の新領域で伝統的な漆器工法の活用に山中漆器組合は積極的で、将来の漆器産業の柱にしようと模索している。

・近代漆器

山中漆器の業者が、樹脂製素地を利用した漆器類を木製の伝統工芸品と区別するとき使う。木製の伝統的な漆器と外見こそ似ているが、異なる工程で生産される。樹脂をプレス成形した下地にスプレー塗装し、シルクスクリーンを使い蒔絵を印刷する。1960年代、形や色などデザインを漆器伝統工芸から借景して、木製漆器の代用品として生産が始まった。複雑な形状を安価に製造できる利点を生かし、1980年代に結婚式引き出物等の贈答品に活路をみつけ大きく発展し、山中漆器は生産高日本一となった。福井・会津等の漆器産地でも樹脂製品を手がけているが近代漆器という呼称は使われず、山中産地固有の表現といえる。

統計の数字を読むとき、漆製品の扱いには注意すべきことがある。輸出では、人造樹脂を部材に使った近代漆器も漆器として扱われ、漆器の売上に加算されている。しかし輸入額には、近代漆器もしくは部材として輸入される樹脂製品は、漆器製品として分類されておらず、統計額に含まれていない。その一方、木地であれば本漆を塗ったものに限定されず、漆器の風合いを持ったウレタン塗装等でも漆器輸入品額に加算される。

・山中漆器

近代漆器も伝統工芸品も山中漆器という呼称が使われる。たが、山中近代漆器という表記はみかけない。漆器として扱われている範疇は、一般的な認識より広範囲となっている。山中漆器組合に加入する者が出荷する多様な樹脂製品が、漆器生産額に上乗せされている。公開されている山中近代漆器の生産額は、木製天然漆を塗った伝統工芸品のみならず、下地として他の漆器産地に供給する白木の椀、樹脂製品にウレタン塗装したギフト製品などの生活雑貨も含む多様な産品を総括した金額となっている。

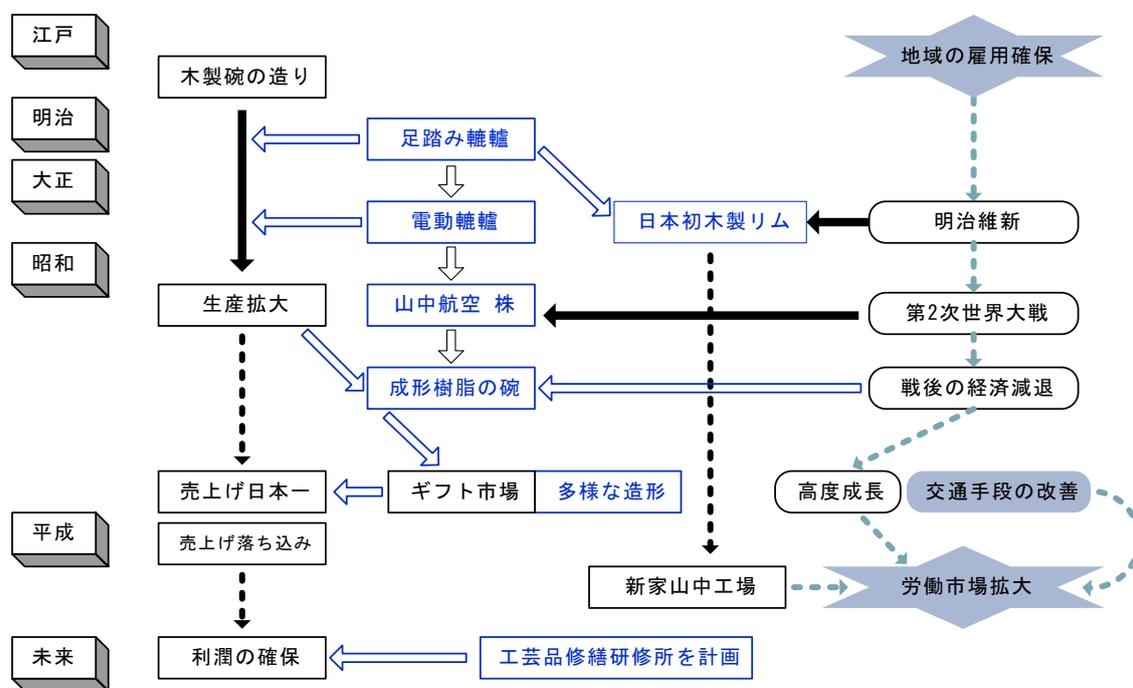
本論文では、近代漆器と伝統工芸の区別だけでなく、混乱が起きないように状況に応じて、ベークライトとプラスチック・木製等の素地の種類、ウレタン塗装・カシュー塗料・本漆など塗りの表現を併用する。

- 山中温泉地区

現在石川県加賀市で旧山中町の温泉街。四方山に囲まれた盆地で人口は約1万人。主な産業は温泉を核とした観光業と漆器関連産業。漆器産地として呼ばれるとき、温泉街だけでなく別所町にある山中漆器生産団地と上原町にある山中漆器工場団地を含む。

3.8 総括と分析への展望

漆器産業は、幾度となく売る上げが短期間に半減する危機的状況を迎え、それに対処することで発展の道筋をみつけてきた。温泉観光業との交流構造はが強く現れたのは、紙屋用水を利用した電力の共用と第二次世界大戦で海軍の療養所なったことだ。その他に聞き取り調査から、労働力資源の共有されている状況が明らかになった。定説通り、第二次世界大戦以前は轆轤の周辺から革新性がみられた一方、塗り発展は外部追従により進んでいた。第二次世界大戦以後は近代漆器の発展の要因が轆轤から近代漆器にかかわるものに変化している。近代漆器になると外部技術導入が主体が変わる。変遷の構造は図表7ようになる。



図表7：山中漆器イノベーションの構造

第 4 章

対比分析

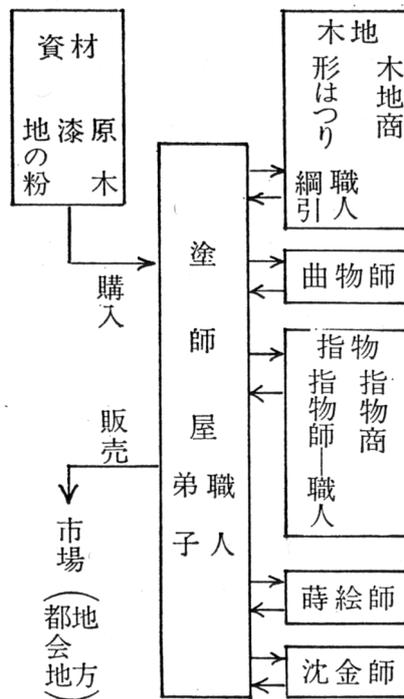
4.1 概要

前章の山中漆器周辺の諸相で述べたように、山中漆器は格別イノベーションが多い。一方同じ県内にある輪島塗には大きな変動はみられない。この様子を 4.2 に記した。地場産業と同じ生活用品を扱い産業構造も類似するイタリアの中小企業集積地は今日も成長が続く。この様子を 4.3 に記した。4.4 では、山中漆器の産業構造の特異性を見極める第一歩として、輪島塗と対比した。そして 4.5 では、山中漆器とイタリアの中小企業集積地を対比分析した。以上の結果を踏まえ、4.6 で本章の総括と本研究での RQs を提示する。

4.2 輪島塗産地の様子

4.2.1 産品と産地構造

漆器の生産は古来よりおこなわれていたが、江戸時代中期に素麺生産の減退に代わり生産が拡大した。輪島塗の特徴は、堅地塗物な実用漆器といえる。厚手の木地に、焼成珪藻土を混ぜた下地を厚く施し、丈夫さに重きをおく。微生物の死骸からなる珪藻土「地の粉」は、輪島塗特有のもので、産地から持ち出しが禁止されていた。海洋交通が中心の江戸時代、その要所であった輪島塗産地は、上塗り職人が、顧客の豪農を行商して回った。従来の輪島塗の生産工程は図表 8 のようになっていた。上塗り職人が、生産の核となっている。作り手の心境は、高いといわれても動じぬが、品質を指摘されると怖い。上塗り職人自ら行商することは、信用を重んじ、品質を第一とする、輪島塗に適したシステムといえる。だが、ともすれば自らの力量に注文を受ける商品が制限される。製造卸なら、難しい注文が舞い込んでも、仕事をこなせる職人の顔が浮かび、注文が受けられる。



『輪島市史』(1973,p.292) から転写

図表8：輪島塗の産地構造

4.2.2 輪島塗の変遷

能登の山間には古来から漆の木があった。発祥には諸説があるが、応永年間、根来塗の本場紀州根来寺の僧が、輪島の重蓮寺に来て寺の什器の膳、椀に漆加工したのが始まりというのが通説となっている。北野信彦の『近世漆器の産業技術と構造』(2005)は、鎌倉時代の漆器や漆壺が大量に出土したことから、12世紀にはすでに漆器生産が始まっていたと述べている。

能登半島の先端に位置し、輪島は中世以来日本海交易の寄港地として栄えていた。江戸時代になると、北海道～東北～北陸～山陰～北部九州～瀬戸内～大坂を回る北廻船の港町として、能登周辺地域の中心であった。その一方で、輪島周辺の自然条件は、塩害や冬の厳しい寒さなど農業には向かない。素麺に変わって、漆器産業が盛んになる。その様子は次のようにある。

[40]—いまこれを素麺業者との比較の上で考えてみると正徳二年(一七一二)の「和漢三才図会」にも、素麺が名産としてあげられているのに対して塗物はみえない。郷土人の手になる

「加越能大路水経」でさえも、素麵を特記するのに対し、「又塗物細工人有り」と軽く付記されていることは前にも述べた。天明七年（一七八七）の記録に、鳳至町の塗師十二人とあったのに対し、同年の「百姓・頭振五人組稼商売付ならびに借家人等書上申帳」は、鳳至町組合頭三郎左衛門手合の分に過ぎないが、八十人近い人数のうち、木地屋二人・塗物二人の計四人があげられ、素麵家が二十人以上も記されているのに比して、すこぶる劣勢である。『輪島市史』（若林喜三郎1973 pp.88-289）

[41]— 元禄四年（一六九一）の「農隙所作村々寄帳」では、素麵生産について比較的詳述されているのに対して、塗師は鍛冶とならべてあげられているに過ぎない。明和八年（一七七七）の書上に、塗物類を「他国へ指遣わす商売」としているところから、この頃から他国への移出品として知られていたようであるが、文化八年（一八一）の「三州交易出入大略」では、二三百貫目 輪島椀、但年分出来五六百貫目斗り、半は御領国用に相当り申候とあり、全生産高の半量を他国移出用としている。『輪島市史』（若林喜三郎1973 p.289）

「地の粉」について次のようにある。

[42]— この史料に、地の粉関係の記録が最初にあられるのは、嘉永六年（一八五三）で、従来当番をきめて掘っていたのを年行司の世話で引請けたのがこの年であった。『輪島市史』（若林喜三郎1973 p.311）

流通の主体が陸上交通となって輪島は奥能登の僻地となった。電気が使えるようになるのも遅かった。次のようにある。

[43]— 明治四十三（一九一〇）ごろ、北陸のいたるところに電灯会社が続出、輪島にも名古屋の誠電社社長大岡俊が、当時の輪島漆器同業組合長大岡与三次に電気事業の有望なことを説き、翌年三月会社設立が許可され、明治四十五年三月十五日から営業を開始したものである。『輪島市史』（若林喜三郎1973 p.496）

第一次大戦により、景気が好転した。好調な販売を支えた電動轆轤導入の様子が描かれている。

[44]— 第一次大戦による日本資本主義の好景気の中でその生産をのぼし、それに従事する人びとの数も激増した。輪島電気会社の送電により、椀木地業者の間では、追々手挽ロクロから動力ロクロに変えるものがでてきた。『輪島市史』（若林喜三郎1973 p.499）

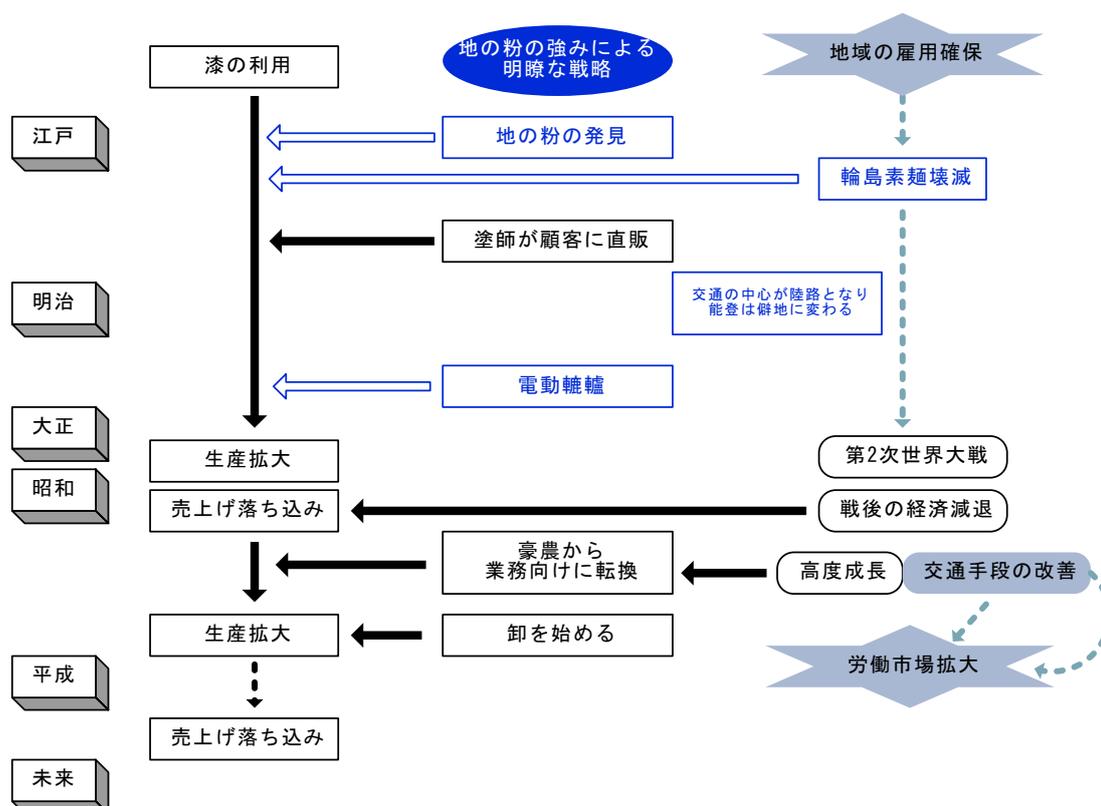
第二次世界大戦前後の漆入手難が次のように記載されている。

[45]— 中国との全面戦争がはじまって、中国のうるしがいくらかでも手にはいるかのような期待がもたれたこともあったが、それは一時の幻想にすぎなかった。（中略）中国との全面戦争のはじまった翌年、昭和十三年（一九三八）の秋には、金の使用が制限されて、輪島漆器は死活の岐路にたたされた。（中略）翌年、太平洋戦争のはじまる年になると、漆の入手はますます困難になった。中国からの漆の輸入が淡い期待におわって実現しなかっただけで

はない。戦争の長期化にともない船舶や弾丸・魚雷の塗装に漆の使用が増大し、軍が漆を統制したからである。『輪島市史』（若林喜三郎1973 p.553）

[46]—— 中室福太郎漆器組合長は、昭和二十五年にうるしの統制が撤廃されて中国から原料が入るようになり戦前の五割に達した。この方はよいのですが、困るのは技術者の不足です。三年や五年で一人前の技術者が養成できないことと、戦時中青年達がほとんど漆器業から離れたので現在は技術者の平均年齢が五十歳以上という状態です。『輪島市史』（1973 p.578）

上塗り職人による見本販売方法は、1960年代まで続けられた。国民の生活様式の変化し、輪島漆器の中心であった膳腕物の売れ行きが減衰する。高度成長による所得の増大に対応する新商品の開発や販路の開拓等がおこなわれ、1970年代、デパートや問屋による販売が軌道にのり再び活性化する。木地部門の業者数の減少と加飾部門の業者数の増加という構造変化が始まり、輪島塗は元来の日用品から工芸品に変わりつつある。変遷の構造をイノベーションの観点からまとめると、図表9のようになる。



図表9：輪島塗におけるイノベーションの構造

4.3 イタリアの中小企業集積地の様子

トスカーナ州にあるイタリア共和国最大の繊維産業集積地プラートは、14世紀に毛織物生産が始まり、かつては大企業中心に再生毛を生産していた。アジアの新興工業国の台頭により、1980年代後半多くの大企業が倒産し、このとき職場を失った労働者が、退職金代わりに譲り受けた織物機を使い起業した。1970年初めまでイタリア経済を支えていた従業員1000人以上の大規模事業所の占める割合は著しく低下し、従業員15人以下の事業所が増加した。独立によちクラフトマンシップが復活^{※14}する。多品種少量のファッション性の高い生地を生産することで、中小企業集積地は成長していった。イタリア病とまで称せられたイタリア経済は、1980年から回復する。第二次世界大戦の後のイタリア経済を支えた重厚長大産業を中心とする伝統的な産業基盤のあった北部ではなく、北中部に位置するボローニャ・フィレンツェ・ベネツィアといった広範囲な地域で中小企業による多様な産業集積が起こる。小規模事業所の利点を活かし、早い決断と小回りが利く柔軟な経営を特徴とする。中核企業の倒産により、核を失った中小企業群はネットワークを形成し、家族主義に支えられた一体感を持つに至った。先進国が軽工業に見切りをつけつつあった時代、奇跡の復興といえよう。小川秀樹は『イタリア中小企業』（1998）で、イタリア政府の産業政策が行き詰まるなか、地域を愛し家族を第一とするイタリア人の民族性により生まれたと分析している。イタリアにおける中小企業産地集積の成功の要因は、国民の気質にあり、イタリア語のFlessibilita=柔軟性・Fiducia=想像力・Fantasia=果敢性の三つのFで言い表せるとし、次のように述べている。

—— フレッシビリティは、特にマーケットニーズの急速かつ激しい変化に対して柔軟、的確に対応することに強みを示す。また、顧客の急な注文や仕様の変更等にも柔軟、迅速に対応する特性を示す。ファンタジアは、ファッションやその他、消費者向け製品で示される鋭い美意識にあふれたデザインに強く発揮されるが、また機械の原理やデバイス、製造工程のイノベー

※14. クラフトマンシップの復興は、イタリア経済を発展させた第三のイタリアと呼ばれる地域の出来事といえる。産業革命以前に起源を持つ産地は、イタリアにも存在する。ヴェネツィア・ガラスの伝統は、12世紀まで遡ることができる。最盛期の15世紀にガラス工人はムラノ島に集められた。現在ムラノ島は、後継者難によるベネツィア・ガラス工房の閉鎖が相次いでいる。必ずしもイタリア全土の中小企業が順調に推移しているわけではない。

ションでも独創的なアイデアが発揮されることが多い。フィドーチャは、アントレプレナーシップと言い換えてもよいと思われる。自信の可能性や能力を信じて独立創業し、海外マーケットに果敢に挑戦していく性向を示している。(p.6)

イタリアの産業集積は、すべての国が未来を託せる万能解決策になるわけでもない。日本の自動車産業に観られる、城下町型産業構造を換えるような存在ではない。総合的に観れば、日本の産業界は、現在の状況を継続するメリットのほうが大きい。日本の状況を考えると、辺境地域の産業復興など補完的役割が妥当といえる。その一方地域を愛し、家族を第一とする考えから生まれる豊かな社会生活は興味深い。日本が豊かな社会を目指すとき、参考になると小川秀樹（1998）は述べている。

4.4 輪島塗との対比

輪島塗は、江戸時代に産地が形成されてから、堅地塗物な実用漆器を、現在まで産品としてきた。一方、山中産地は、敗戦後経済が停滞していた状況で、低価格な近代漆器により、新たなバリュー・ネットワークを形成し、市場を開拓した。産地としての歩んできた道の違いから、対比した構図は図表10のようになる。輪島塗には、産業構造を決める決定的な要因が存在する。江戸時代に発見された「地の粉」がもたらす強い優位性により輪島塗は発展してきた。一方、多様なイノベーションがみられる山中漆器には、はっきりした要因はみつけれなかった。逆説的だが、輪島塗のような明確な強みをもたないから、山中産地は多くのイノベーションを必要とした。Porter, Michael E.は『競争戦略Ⅱ』（1998）で、「日本人はよく『我が国は天然資源に乏しい島国で…』』という言い方をするが、それは、こうした不利があったからこそ、日本企業の競争上のイノベーションが加速されたことを示唆している」と述べている。山中産地は、輪島塗のような強力な強みがないから、多くのイノベーションが起きた。

注目点	山中漆器	輪島塗
伝統的な産品	引き物の大衆品	布きせ堅地
発展のきっかけ	戦後荒廃で安価な近代漆器に移行	江戸中末期に素麺販売が壊滅
下地の技法	柿渋* で代用して漆を節約	地の粉*を混ぜて強固
生産形態	不特定顧客向けに見込み生産	注文生産する直販体制
販売経路	問屋→商人→販売店→顧客	料亭や旅館等に直販 上塗職人が販売を兼業
発展時の立地条件	美濃街道沿線で湯治客が往来	交通事情は劣悪
強み	自由な発想で新規市場に挑戦	対面販売による品質責任
弱み	顧客の顔がみえない	己の技量範囲内で受注活動
現状の問題	価格競争では海外品に勝てない 新たなヒット商品が生まれない	業務用の主流が樹脂製品に移行 日用品としては過剰品質で高価格
構造の決定要因	?	地の粉の強みによる明瞭な戦略

図表10：輪島塗との対比

4.5 イタリア中小企業集積地との対比分析

中小企業集積地の成功例として、4.3で採りあげたイタリア北中部に位置するトスカーナ州プラート毛織物集積地と対比分析すると図表11のようになる。

地域	プラート毛織物産地	山中漆器	輪島塗
繁栄状況	1970年代から拡大	1990年代から減衰	←
産業集積の形態	緩やかなネットワーク	←	←
販売路線	小ロットで高い付加価値	量の拡大による成長	高級品の注文販売
販売担当者	インパツナトーレ	地域外の商人（あきんど）	上塗り職人が兼業
製造設備の扱い	外部同業者へ販売	差別化として隠匿	←
イノベーション	つねに起こっている	かつては多かった	あまりない
働く者の気質	人と違うことめざす	わざを盗みあい同質化	←
起業状況	ニッチ市場をみつけたら独立	年季が明けると独立	←
国	イタリア	日本	
起業形態	先進国中最多	先進国で最低、大規模企業内部の新規事業が主役	
中小企業の位置付け	先進国中で最も依存度が高い	依存度が高いが経済の中核は大企業	
規模賃金格差	小さい（2割程度）	先進国で最も大きい（5割程度）	
地域賃金格差	小さい（2割程度）	先進国で最も大きい（3割程度）	

図表11：イタリア中小企業集積地との対比

第三のイタリアでは、中小企業が成長し続けているのに、産品も構造も類似する日本の地場産業は、なぜ長期間減衰傾向にあるのか。ブランド力や商品開発力にその要因を求める文献もあった。これといった優位性を持たない産地もある。だが、多様な地場産業の中には、産品の特異性もブランド力もイタリアに劣らない産地も存在する。だが、日本の産地は減衰傾向にある。山中漆器もその一つといえよう。Fiducia=想像力については、日本の地場産業が、必ずしもイタリアより劣勢とはいえない。多くの事例を分析した小川秀樹の『イタリアの中小企業』（1998）によれば、中小企業の多くは、ブランド力を持つ企業のOEMに活路をみだし、常に新しい需要に対応していることだと説明している。裏返せば、優勢が恒常的に確保できないため、変化の早さに強みを求めているとも解釈できる。イタリアでは、それまで他の者が手がけていない業務が、自分ならうまくやれると判断すると起業する。漆器産地では、技術を習得して、同業者と同じように仕事ができるようになると独立していく。日本の産地は独立の際、Fantasia=果敢性が発揮されない構造と

なっていた。他人と異なる行動を好む気質により、安易な模倣が回避され、他人に教えることが、ことさら自分の不利益にならないイタリア社会がある。

日本経済の中核をなす城下町型産業集積とは、地場産業は異なる産業構造を持つ。緩やかな結合により工程が分業し、生産が分散する山中漆器の産業構造は、イタリア中小企業集積との類似点も多い。だが、分業が進むことが、必ず良いともいえない。山中漆器では、地域外の商人（あきんど）が対外販売を担当する。産地の人間に、産品を購入する最終顧客の顔がみえてこない。また、イタリアの中小企業集積地においては、生産設備の地域外への販売が、中核ビジネスとして育っていた。包装機のように、産品以上に設備産業が発展した例もある。地域外に設備を供給することで、地域外の動向や流行情報が集まり、産業集積地に相乗効果をもたらす。一方、地場産業は、技法を隠匿することで産地の優位性を保持しようとしき歴史がある。既存の産品を守り継続させようとするのが、結果的に Flessibilita= 柔軟性を喪失させている。

日本は、クラフトマンシップの伝統が途切れることなく温存されていた。世界に類をみない高い工芸が数多く存在することは、日本の優位性の一つといえる。だが、クラフトマンシップの伝統は、明治以前からの低賃金構造も引き継いでしまった。また日本は、大企業と中小企業、都市と地方の賃金格差が先進国中最も大きい。グローバル企業は、安価な労働力を求め、工場がない地域に進出していく。地場産業が余剰労働力の低賃金に頼っているとしたら、新たに生まれた雇用に人的資源が流失する構造は避けられない。また、徒弟制度が崩壊した現在、地域外から来た石川県挽物轆轤技術研修所研修生が山中産地に定住できる道がない。このような状況では、間違いなく人的資源は枯渇する。

イタリアのクラフトマンシップは、大企業の崩壊により復興した。日本のように高い給与を提示する大企業が存在しなかったことは幸いであった。だが、同じイタリアでも、12世紀まで遡ることのできるヴェネツィアガラスは、後継者難による会社の閉鎖などが相次ぎ現在苦しんでいる状況から、伝統の中に減衰に導く要因が潜んでいると考えられる。

4.6 総括とRQsの提示

山中漆器の産業構造の特徴を認識する第一歩としては、一定の成果があった。
対比分析から、イタリア中小企業の発展要因は、3つの状況に起因すると思われる。

- i) 失敗から立ち直りが容易で、新しいことに挑戦できる社会
- ii) 都市と田舎・大手企業と零細企業で賃金格差が少ない社会
- iii) 産品で培った製造技術を地域外に販売することを許容するオープンな風土

対比分析により。次のようなRQsを持った。

MRQ：地場産業の盛衰とイノベーションの関係はどのような構造か？

RQ1：漆器産地の減衰に行政が危機感を募らせる一方、
地区の住民が困っていないのはなぜか？

RQ2：低迷してもイノベーションが起きなくなったのは何が変わったのか？

RQ3：継続的な発展がみられるイタリア中小企業集積は、
日本の産地とどこが違うのか？

第 5 章

山中漆器の分析

5.1 概要

本章で用いる分析手順を 5.2 で解説した。5.3 では、公表されていた山中産地の生産額データを集めてグラフを作成し、第 3 章で制作した年表の史実と関連付けをおこなった。この作業から、電動轆轤の導入・昭和の経済不況の影響・戦後の復興・転写印刷の導入・ギフト市場の進出・バブル崩壊に対応する 6 つの補完線を引く。5.4 では、補間線の非連続に注目した。非連続がみられる「戦後復興の伸びは山中温泉地区の大火災に起点がある」「蒔絵転写印刷導入とギフト市場の補間線が平行な理由」「増加から減少に転じる 1989 年」と「補足、生産額の増減と円高のずれ」について原因を分析する。分析する過程で、非連続を生んだ因子を拾い出した。みつけた因子は、「轆轤技術」「素地に使用する樹脂」「本漆の入手難」「伝統的な意匠」「製造卸を核とした柔軟な産地構造」を、5.5 で調査した。最後の 5.6 では、総括と仮説導入の道筋を記した。

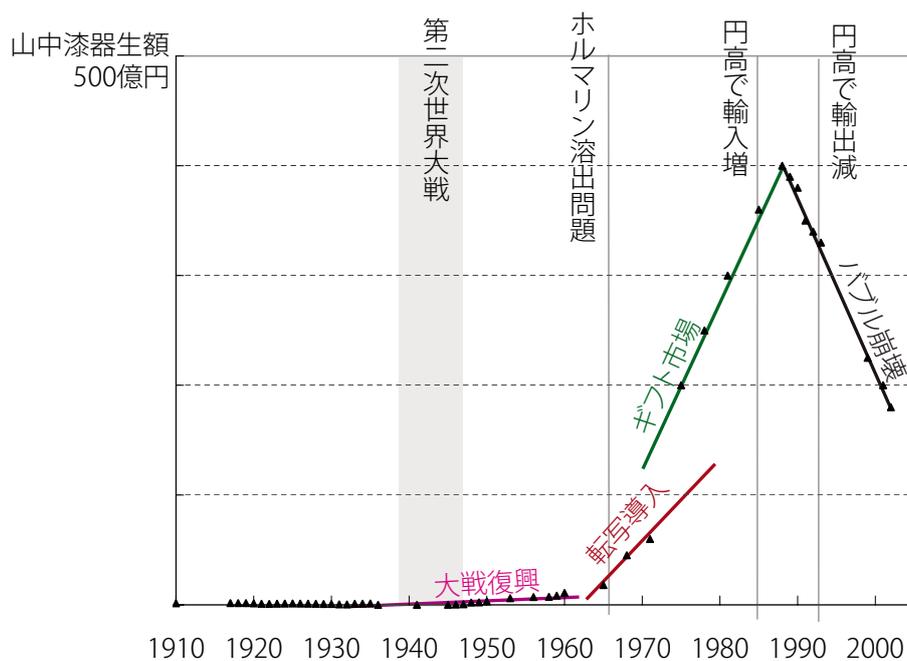
5.2 分析手順

現実の世界には、非線形要素が数多く存在している。これが、社会現象の分析を困難にしている。その一方、非線形が観測されるところには、社会現象の仕組みを解明する重要な手掛かりがある。山中産地の総生産額を時系列に並べグラフを描く。グラフを直線補完し、対応する史実を調べる。補間線にみられる非線形要素を分析する。分析の過程で、非線形を生んだ因子を拾う。みつかった因子がどのようなものか調べた。

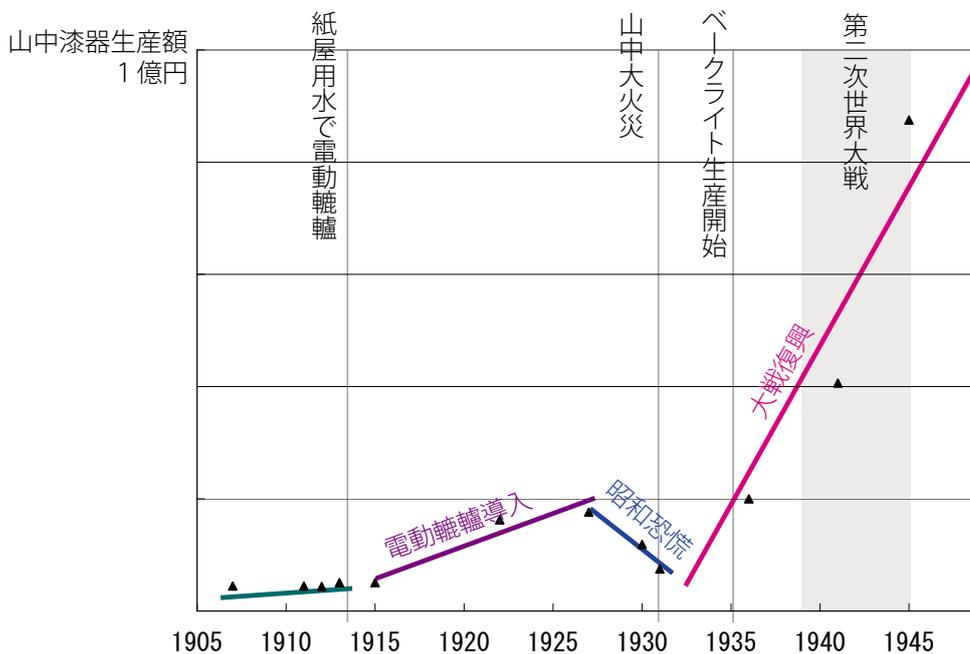
5.3 生産額の直線補完

公開されている生産額のデータを時系列に並べ、直線補完する。個々の直線補完線に対応する史実を第3章で制作した年表から割り出した。

- i) 電動輾轆の導入
- ii) 昭和の経済不況の影響（減衰）
- iii) 戦後の復興
- iv) 転写印刷の導入
- v) ギフト市場の進出
- vi) バブル崩壊以後の市場変化による影響（減衰）



図表12：漆器成長要因1900_2007

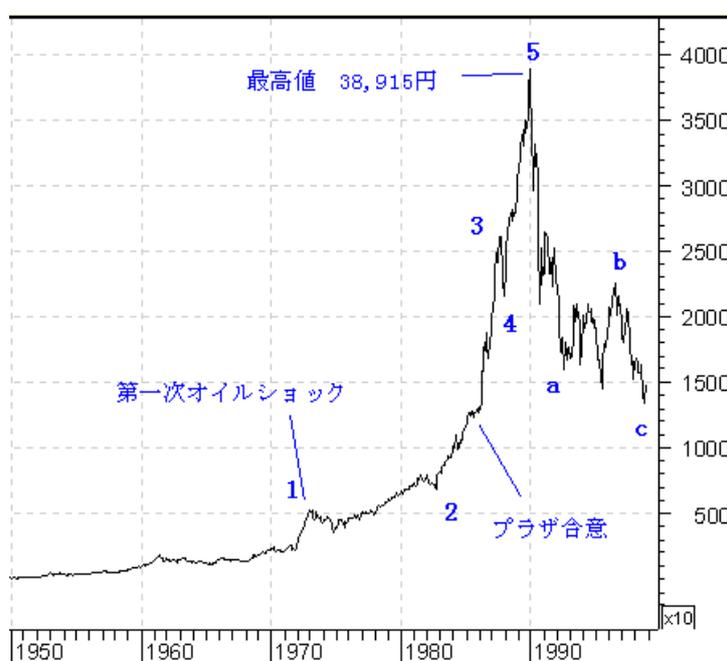


図表13：漆器成長要因1905_1950

補間線は図表12のようになった。第二次世界大戦の前は生産額が小さいので、拡大して図表13に示した。史実と、どう関連づけたか解説していく。非連続をみつけたとき、アンダーラインを引いた。非連続を生んだ原因は、次の5.4で分析する。

1915年からの増加は、引用[14]——にあるi) 電動轆轤を導入した時期と一致している。ii) 昭和恐慌は、日本経済のことで産地としてはどうにもならない。山中産地は、他の漆器産地に先駆けて、第二次世界大戦の後、いち早く復興したと引用[22]——にあった。第二次世界大戦の後いち早く復興したことは、図表15からもわかる。ところが線形補完してみると、戦後に起点はなかった。iii) の直線は、昭和6年の山中温泉地区の大火災まで遡る。昭和6年の山中温泉地区大火災以後、戦中を含めて線形に売上は伸び、生産額の増加は、ベークライトと近代漆器の普及が一体化したものとなっていた。どのような要因で起きたのか5.4.2で考察した。次なる変化点は、iv) 蒔絵転写印刷を導入した時期と重なる。次の生産額の傾きが変化するの、v) ギフト市場に進出した時期と重なる。蒔絵転写印刷導入の補完線とギフト市場進出の補完線が並行した2本の線となった要因を5.4.2で考察した。成長を加速させてきた山中漆器の生産額は、1989年を変化点とし減衰傾向になる。文献は、引用[32]——にあるように円高による輸入の増加と、引用[33]——にある円高による輸出の減少を原因としている。だが、図表18が示すとおり、減衰の起点は、

円高による輸入品の台頭した1985年とも円高により輸出が減少した1993年ともずれていた。この状況を5.4.4で考察している。このとき、傾きは変わらず、直線で増加している。文献からは、一致する事象はみつからなかった。図表14のように1989年、日経平均は最高額38,915円となった。翌年バブル経済が破綻し、1990年から日経平均は落下に転じた。日本の景気の動向と生産額が減衰する時期が重なる。山中産地固有の問題と捉えるより、日本の景気に同期した推移と捉えることにした。4箇所の増進は、山中産地の努力によるものであった。一方、2箇所の減衰の起点は、日本の景気の動向に依存し、産地の努力により対処できる問題ではない。



平均株価研究会のホームページより転写

図表14：高度成長期の日経平均の推移

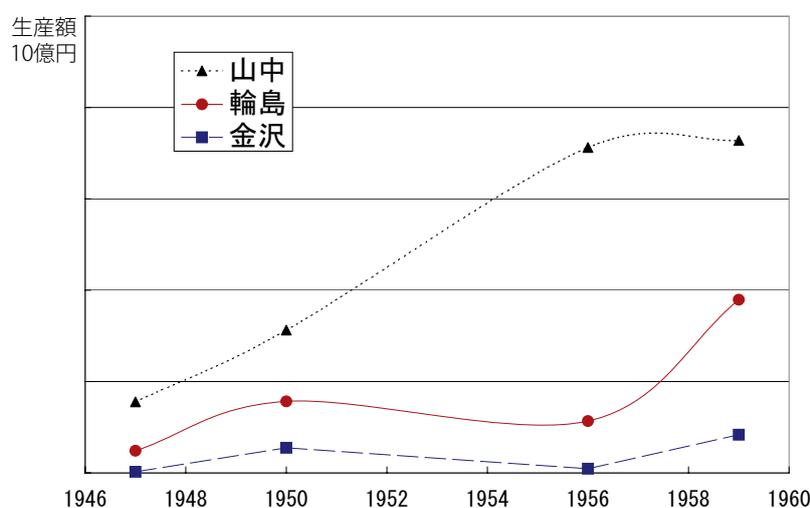
5.4 非連続が発生する理由

本節では、前節5.3で採りあげた非連続が起きた原因を分析する。対象は、「戦後復興の伸びは山中温泉地区の大火災に起点がある」「蒔絵転写印刷導入とギフト市場の補間線が平行な理由」「増加から減少に転じる1989年」と「補足、生産額の増

減と円高のずれ」の4つとした。分析する過程で、非連続を生んだ因子にアンダーラインを引いた。

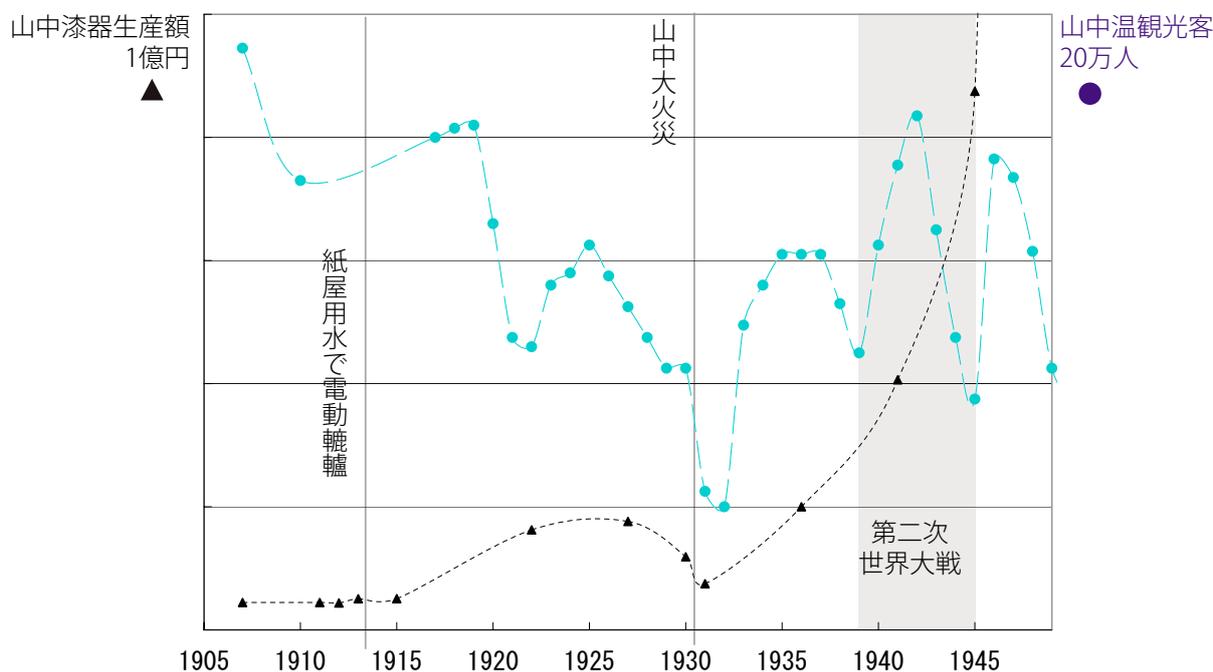
5.4.1 戦後復興の伸びは山中温泉地区の大火災に起点がある

石川県にある金沢漆器・輪島塗・山中漆器における、戦後の生産額の推移は次の図表15のとおり。確かに引用[22]——にあるように山中漆器の復興は輪島塗および金沢漆器より5年早い。



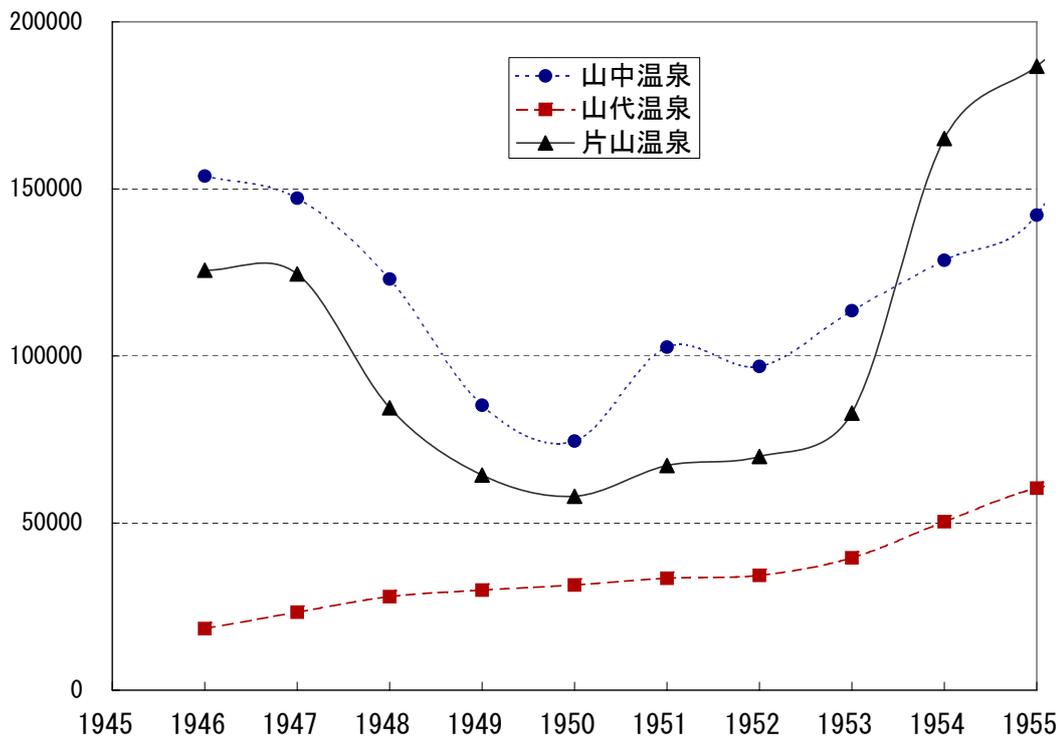
図表15：石川県漆器産地の戦争直後の生産額

だが、5.3で指摘したように線形補完すると、基点は第二次世界大戦の後にはなく、昭和6年の山中温泉地区の大火災まで遡ることができた。補間線は、ベークライトと近代漆器の普及が一体化したものとなっていた。これは、本漆の入手難という漆器産地としては危機的な状況に対し、素地に使用する樹脂を工夫することでうまく対応した結果といえる。戦中も生産額が続伸したのはどのような要因があったのか。図表16のように、温泉客も同様に第二次世界大戦中も増加していた。引用[19]——によると、山中温泉地区は、戦中軍の保養所となっていた。1937年金沢陸軍病院の転地療養所となり、1938年金沢海軍病院が開院している。「各旅館は全部海軍が借り、食器・夜具などすべて買上げられた」とある。



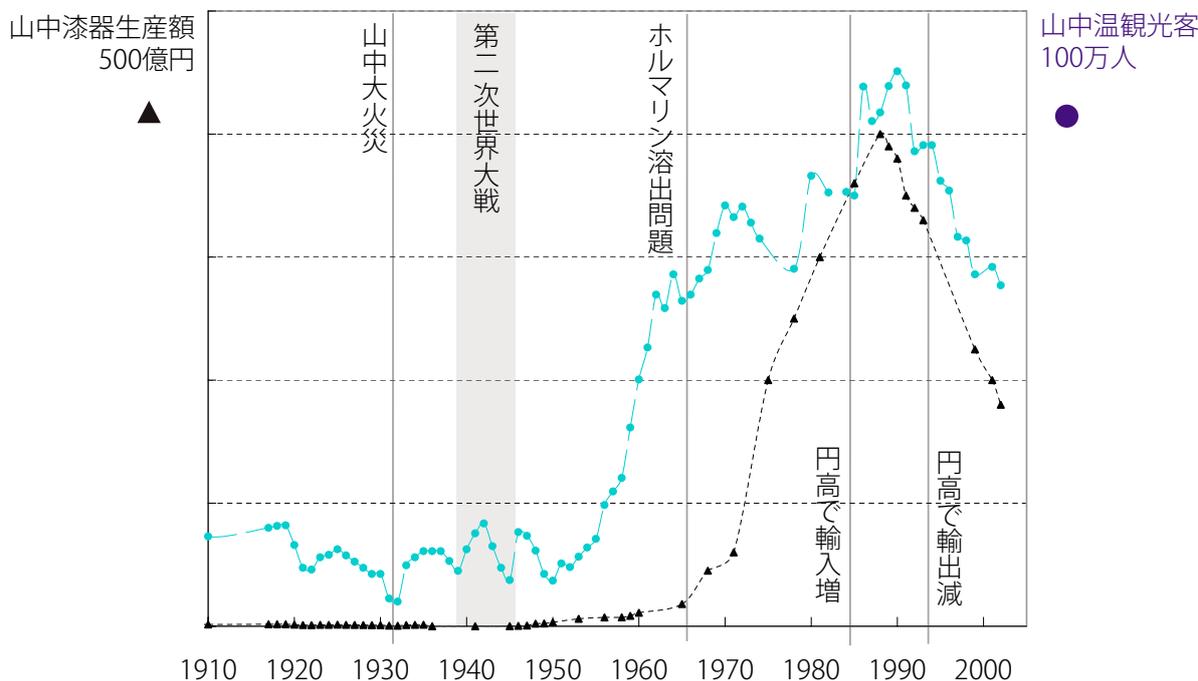
図表16：漆器温泉対比1905_1950

引用 [20]——にあるように漆器が統制品となり、漆器関係者全員が雇用され、轆轤技術が旋盤に活かされた。このことで、産業機械を扱う訓練が漆器職人におこなわれる。この訓練が、近代漆器への移行を円滑にした。当時、絶縁材として普及していたのは陶器製碍子で、割れやすく、しかも重い。漆の塗られた戦闘機の部品を、対戦国であった米国が研究していたことをを地元の人から聞いた。漆は良質な絶縁材としても利用でき、戦闘機でも使われていた。第二次世界大戦の間は、山中温泉地区に温泉観光があったことで他の漆器産地より経済状況は良好で、かつ戦争による漆器職人の離散を免れた。



図表17：近隣温泉客戦後推移

近隣にある山代温泉および片山温泉と山中温泉の第二次世界大戦直後の温泉客の推移は、図表17のようであった。グラフからすると、山中温泉は格別良好な状況とはいえない。第二次世界大戦の後も継続して温泉観光業と相乗効果があったとはいえない。図表18の1900年から2007年までの漆器生産額と温泉客の推移をみても、常に温泉観光業との交流構造の相関があるようにはみえない。ところで図表18から、新たな事実を発見した。漆器関係者から、温泉観光は安定して推移しているが、漆器の生産は変動が大きいと聞いていた。図表18をみるかぎり、漆器生産額のほうが安定して推移している。誤認が起きた理由を5.4.2で考察する。



図表18：漆器温泉対比1900_2007

5.4.2 蒔絵転写印刷導入とギフト市場の補間線が平行な理由

山中産地の生産規模は200億円強となったが、少量多品種なことに変わりない。製造卸は100社を越え、売上が1億円に満たない事業者も多い。産品が多種多様なため、特定製品の成功例には事欠かない。また、小さな製造卸は、一つヒット商品ができれば躍進する。その成功は、山中漆器関係者に広く知られる。だが、特定の産品が成功しても、総生産額への影響は小さい。産地の総生産額からみれば1%に満たない。業者の盛衰が数多くみられても、総生産額への影響は限定的といえる。産地の規模が小さかったときは、一体となって発展していた。産地で起きたイノベーションは、産地全体に波及し、生産額はさらなる増進を起こした。

商品の売れ行きは景気の動向に大きく依存し、変化は生産額に乗算として現れる。イノベーションの成果といえる生産額増加は絶対金額を採るので、生産額に加算量として影響する。地場産業の産品の多くは、大企業が扱わない少量多品種の生活用品となっている。このため、売上規模が拡大するにともない、多品種少量生産の産業構造では、イノベーションの全体への影響力は相対的に小さくなり、波及効果は限定的となる。高度成長期から平成のバブル経済で、市場規模以上に拡大した産地

が、景気動向に振りまわされる一方、減衰を食い止めるこれといった打開策が打てないのは、このためだ。これにより山中産地は、真の競争相手を見失っている。

5.4.3 増加から減少に転じる 1989年

山中産地の総生産額は 1989 年まで直線で増加し、1990 年から直線で減少している。これは、製造卸を核とした柔軟な産地構造による。漆器産業従事者は 1000 人以上と言われる。その一方、産地の生産額は 200 億ほどである。温泉観光業と人的資源を共有する部分もあるものの、日本の標準的な同規模の中堅企業の実産額は 3 倍以上ある。山中産地は、従業員一人あたりの生産額が小さい。この数字は、経常利益率が高くなければ、成り立たない。下請け中小企業の人たちが口にする「忙しいばかりで儲かりません」という言葉は、山中産地では聞かれなかった。文献レビューで取り上げた大田区の金属加工業も利益率が高く、生産額が小さい構造となっている。大田区の金属加工業は、最低 15% 程度の経常益を確保している。日本の大手企業が 5% 程度なことを考えると格段に収益率がいい。それではすこぶる儲かっているかといえば、そういうことはない。従業員一人あたりの売上が小さい。(利益/従業員数)を見れば、大手企業に遠く及ばない。多品種少量生産では、見積もりに時間をかけると、その経費が回収できない。おおざっぱに見積もるので、20% 程度は余裕をみる。山中産地は、大田区の金属加工業と同様な体質と想像される。ところで、発展途上国にある地元資本の企業も、経常利益率が高くて売上が低い傾向にある。経済が未発達で、売り掛けによる活動ができず、常に現金精算のため、手持ち資金の範囲でしか活動できないことによる。資本の活用制限が多く、資本の回転率が悪いため、相応の利益がある仕事しかできない。

日本のでみられる下請け企業のような形態は、信用取引が前提にある。商業活動のインフラが整備されていない地域における企業の発展を制限させる要因となっている。産業が未発達な時代の経営形態を引き継いでいるともいえるし、多品種少量生産の独立企業として当然の成り行きともいえる。利潤を押さえて大量生産するより、多品種少量生産との整合性がよいため、規模の拡大より利益確保をとる傾向がある。日本の典型的な中小企業の形態といえる大手下請け企業の経常利益率は、2 から 3% と低い。安定した注文があり、ロスが少なければ経営が成り立つ。独立系と比較すれば、従業員一人あたりの生産額は大きい。その一方、工場が稼働しなければ赤字となるため、常に生産し続けないと経営は破綻する。したがって利益率を

落としても、売上を確保しようとするので生産額の推移は、直線的な軌跡を描かない。

日本の大手企業は、経常利益率が5%程度となっている。一方欧米企業は、経常利益率10%を上回っていることが多い。日本の大手企業は、利益率は低くても、一人あたりの生産額は大きい。利益率が高い欧米企業の数倍の量をこなす。日本の企業が忙しく労働時間が長い理由となっている。だが、日本企業に倒産が多いかといえ、むしろ逆さまとなっている。経常利益が低い日本の製造業は、そう簡単に倒産しない。従業員一人あたりの生産額が大きい構造となっているので、生産工程を改善すること利益を確保しやすい。トヨタに代表される日本企業が、文献レビューの2.3で紹介しているような生産システム構築に熱心な理由はここにある。それまで生産改革をおこなっていないところなら、半年で利益率2%の改善は難しくない。売上の減少による余剰人員を活用できるので、雇用も継続できる。日本の典型的な大手企業や下請け中小企業なら、大きな痛みもなく復活する。一方、高収益企業は、売上が小さいため、生産工程改善による利益増加の絶対額は小さく、生産改革で立ち直すことは難しい。生産革新への資金投入でさらに経営が悪化し、倒産にいたる独立系企業もみられる。高収益企業は、製品開発以外に生き残る道はない。生産改革は定石に沿って進めることができるが、売れる産品を生み出す定石はない。大企業依存型城下町や大企業補完型城下町と産業構造が異なるため、多くの復興事例は活用できない。

5.4.4 補足、生産額の増減と円高のずれ

増減の切り返しは1990年に起こった。1990年は日本の市場において、作れば売れる時代が終演した年といわれる。世の中の流れが変わり、山中漆器が得意とした生産拡大は、もはや成功に結びつかない。1985年の円高のときは、輸入品が台頭したのにも関わらず、産地の総生産額は続伸した。引用[1]——にあるように、これをきっかけに山中産地は、漆器貿易、国際行程分業の中核となった。逆境を転機に変えた生産問屋も存在する。海外から安価な素地を調達し、伝統的な意匠を施して販売した。だが、この流れは、産地の主流とはならなかった。

5.5 生産額に推移に大きな影響を及ぼした因子

非連続を生んだ因子を前節5.4で拾い出した。みつけた要因は「轆轤技術」「本漆の入手難」「素地に使用する樹脂」「真の競争相手」「伝統的な意匠」「製造卸を核とした柔軟な産地構造」であった。本節では、個々の因子を調べる。

5.5.1 轆轤技術

山中産地は、他の漆器産地に先駆け、いち早く新しい技術を取り入れてきた。明治末から蒸気轆轤、明治になると電動轆轤を用い、先駆けて木地の大量生産を始めた。引用 [5]——にあるように、温泉客を運ぶ電車を走らせるために紙屋用水を利用した水力発電所が1912年に建造された。1913年に電車の運行が始まる。引用 [15]——にあるように翌年1914年には電動轆轤の共同作業所ができ、1918年には生産額が大幅に伸びた。当時の動力源は、現在のような轆轤ごとに電動モータがある構造とは異なり、産業革命当時に使われていた蒸気機関を、電動機に置き換えたもの。大型電動機の回転をベルトで伝え、複数台の轆轤が動力源を共有する構造であった。この構造に技術的な新規性がないとしても、大幅に生産量が伸びた記録が残る。生産量という観点からすると、最も大きなイノベーションといえる。

交通の主流が海運から陸路に移り、明治中期となると僻地となった輪島地域にも、文明開化の波が押し寄せる。引用 [44]——から、輪島塗に電動轆轤が普及したのは、第一次世界大戦の後、1914年となっている。山中漆器から遅れること一年で電動轆轤が導入され、同様に急速に生産量を増やした。文明開化の流れが定着し全国的に普及すると、既存の競争相手に対する優位性は長く確保できないようになった。

轆轤技術を自転車リム生産に転用した新家工業の2006年度の売上は250億円で、山中産地の総生産額に匹敵する。新家工業は、アメリカ製木製リムを模倣することから始めた。イギリス製鉄鋼リムが木製リムを駆逐する勢いとなったとき、イギリスから機械及び技術を導入して鉄鋼製に切り替える。現在新家工業は山中温泉地区を離れ、木製産品を扱っていない。

5.5.2 本漆の入手難

山中漆器は他の漆器産地に先駆けて樹脂製品を手がけている。漆の入手難という漆器産業における最大の逆境が、山中漆器を躍進に導く。『輪島市史』(1973.)に本漆の入手難の状況があったので、年代順に整理した。

- ・ 1935 ベークライトの生産が始まる
- ・ 1937 支那事変により、中国からうるしが入ってこなくなる。
- ・ 1939 軍事需要増大でうるしが統制品となる。
- ・ 1945 うるしの統制が撤廃される。
- ・ 1945 再び中国からうるしが入るようになる。
- ・ 1950 うるしの代用品となるカシュー塗料が開発される。
- ・ 1955 近代漆器の生産が始まる

うるしの代用品となるカシュー塗料が開発されたのは、中国から漆器の入荷が復活した後となっている。聞き取り調査の内容とは矛盾するが、カシュー塗料が普及したのは、本漆の入手難だけとはいえない。

5.5.3 素地に使用する樹脂

素地に使用する樹脂の移り変わりを整理した文献がなかったので、ここにまとめた。生産拡大に貢献した、転写印刷による加飾とカシュー塗料についても併せて言及している。伝統的な塗りに変わるいくつかの吹きつけ塗装技術もあるが、生産額の増減との関連性がみつからないので割愛した。表にまとめると図表19のようになる。

新素工法	使用開始	中止時期	硬化特性	成型法	事項
フェノール樹脂	1935	微量	熱硬化性	圧力	商品名のベークライトが広く使われる
カシュー塗料	1950	使用中			中国からの漆の入手が困難で代用品
ユリア樹脂	1955	?	熱可塑性	圧力	熱湯でホルマリンが溶けだし社会問題となる
転写印刷	1965	使用中			印刷技術で加飾
ABS樹脂	?	使用中	熱可塑性	射出	ユリア樹脂に代わる
ポリプロピレン	?	使用中	熱可塑性	射出	ユリア樹脂に代わる
ポリカーボネート	山中漆器 未使用?	2000	熱可塑性	射出	硬く丈夫 実害はないが成分の ビスフェノールAが環境ホルモンで敬遠され た
PET樹脂	2001	使用中	熱硬化性	圧力	給食用食器でポリカーボネートに取って代わる
EBM樹脂（仮称）	2004	使用中	熱硬化性	圧力	フェノール樹脂に木粉を混ぜ込む。 感触に木製に近く割れ狂いが無い。
＜注意事項＞			熱硬化性樹脂		熱をかけると固まる
			熱可塑性樹脂		熱をかけると柔らかくなる

図表19：樹脂の分類

1935年にベークライトを使った樹脂素地の生産が始まった。このとき実用的に利用できる樹脂は、ベークライト以外存在せず、樹脂を選択する余地はなかった。今日使われなくなったのは、実用にたえる安価な樹脂の出現による。カシュー塗装が開発される1950年代までは、ベークライトの腕にも、本漆をつかっていた。山中温泉地区以外の漆器産地にベークライトは普及していなかった。設備投資も含めて考えると、当時は木製木地と比較して、ベークライト素地の生産コストは安価とはいえない。ではなぜ、山中漆器で生産量が拡大していったのか。白木は漆を吸い込む。だが、漆は表面塗装剤と同時に、木材強度を上げる役割も果たしている。木はもろく、薄くすると木地は欠けやすい。同じ県内にある輪島塗は、下塗りに地の粉を混ぜることで耐久性を高めていた。一方山中漆器は、渋柿が塗られていた。渋柿に木材を強固にする効果はない。漆の使用量を節約するために渋柿を塗った。高価な漆が木地に染みこむのを防ぐ。性能より価格を重視した選択といえる。漆を節約して、かつ欠けない腕をつくるには、木地を厚くする必要がある。木製漆腕しかなかった時代は、外形だけで高級品か安物か判断できた。

ベークライトを素地にすれば高級品のような薄い椀を安価に作ることができる。ベークライト製は多少重いので、手に持てばわかる人もあるが、外形では木地との違いは識別できない。素地だけで十分な強度があり、高価な漆を下地に塗ったり、手間のかかる布きせなどしなくても丈夫な製品ができる。水が染みこまず狂いもない。塗りに手を抜けば剥げるが、ベークライトは直接口に触れても害はない。良質な木地を作るには、十分に乾燥させ、木が安定して狂いが出なくなるまで木材を寝かしておく必要がある。ベークライト製素地は寝かさなくても狂いはでないので、需要の増減に迅速に対応できる。ベークライトは、高級品と見違えるような椀を、安定して製造する技術といえる。当時漆を塗らない安価な木製椀の需要もあった。この時代は、木地の強制乾燥がおこなわれていた。強制乾燥では狂いができるので、現在は廃れている。漆器産地の中では、山中産地は安価な製品を得意としていた。ではあるが、最低価格帯の食器産地ではない。

カシュー塗料が登場したことで、さらにベークライトの生産は拡大していく。当時の様子が引用 [24]—にある。1955年にユリア樹脂を使った近代漆器の生産が始まった。ユリア樹脂は、熱硬化性のベークライトとは異なる熱可塑性となっている。だが、ベークライトと同じ圧力成型法を使い、生産設備はある程度流用できた。敗戦で経済が落ち込んでいた時代、木製椀より安価な近代漆器の需要は旺盛であった。1963年から検討が始まった工業団地は、1970年に第一次造成が終了し、生産能力は躍進した。ところが1970年代に入ると、熱湯を入れるとユリア樹脂からホルマリンが溶け出ることが、社会問題となった。日本国内のプラスチック製食器類の需要が急減し、樹脂食器業界は転換を迫られた。木地業から合成樹脂業へ転換していた者も多く、山中産地は大きな混乱がおきた。ベークライトへの回避は材料コストが上昇する問題もあるが、硬化温度が高いので、ユリア樹脂の製造設備がベークライトに流用できるとは限らない。現在近代漆器の主流は、ポリプロピレン製であり、ホルマリンが溶け出る心配はない。ポリプロピレンは射出成形であり、ユリア樹脂の圧力製法と異なる。生産設備の一部を入れ替える必要があった。ギフト市場に活路を見いだしたことで、近代漆器はさらなる躍進を遂げた。構造転換を迫られた逆境が、山中漆器を躍進に導いたといえよう。

給食用食器に使われていたポリカーボネートの成分に、環境ホルモンのビスフェノールAが含まれ、良くないとする風潮が全国に広まった。ポリカーボネー

トは、登山食器類等で現在も使われており、今日実害はないとされている。だが、このとき給食用食器の買い換え需要が生まれ、学校給食器市場は活性化した。山中漆器連合協同組合は、1999年に学校給食用食器開発プロジェクトを設置し、松下電工（株）と石川県試験場の協力により、ポリエチレンテレフタレート（PET）樹脂を利用した給食用食器が開発した。樹脂製食器業界の逆境をついた成功ともいえる。

5.5.4 伝統的な意匠

近代漆器の強さは、伝統漆器から引き継いだデザインに源泉があった。消費者の趣向の変化により伝統的な造形が負の遺産となるなら、強みと弱みが、同じ源泉にあることを意味する。伝統を捨てるなら、漆器を扱わない樹脂産地と同じ市場で争うことになり、漆器の伝統という、競合する樹脂産地にはない優位性を失う。強みと弱みが同じ源泉にあることにどう対処すべきか。

我々の日常で食器として樹脂や木製の器が使われるのは、汁椀が最も多い。日本の習慣は、汁物の容器を手を持ちあげ、直接口をつけて汁を飲む。隣国の韓国では、汁物を飲むときスプーンを使うので金属製汁椀が使われる。中国・フランス・イタリア等食文化輸出国でも汁椀はテーブルに置き、スプーンですくって汁を飲む。特異な慣習から、日本では樹脂または木製の汁椀が普及している。

日本人の多くが漆器であることを意識しているか。産地のある石川県を離れ、静岡県浜松市において、店舗数のもっとも多いスーパーマーケットのイオンを調査した。店頭で売られている漆器椀品は、山中漆器以外には産地の記名があるものはなかった。無記名樹脂製の最低価格は299円だが、山中漆器は399円からで、100円高い値付けがされていた。無記名木製の最低価格は399円だが、木製山中漆器は499円からで、やはり100円高い。100円高い値付けができる理由は何か。漆器の美しさの本質は、磨き込んだことによる鈍輝きにある。山中漆器は、ウレタン塗装であっても、他の製品より漆器としての質感が色濃く出ている。低価格品であっても漆器らしさに代価を払う人たちは、少なからず存在する。

日本食が食べられる食堂やレストランでも、木製や樹脂製の椀を目にする機会が多い。ところが、日本一の売上を誇る山中漆器を目にするのはほとんどない。疑問に感じたので、業務用漆器を扱う大阪難波千日通りの「千日前道具屋筋商店街」において、漆器を扱う9店舗を回った。樹脂製をみると漆器産地の記名がないもの

が大半であったが、4店舗が会津産を扱っていた。山中漆器を扱っていたのは1店舗のみであった。無記名や会津産は山中漆器より光沢があり、陶器と並べたとき違和感は少ない。漆器の黒と朱色は継承しても、漆器の質感よりはバランス感覚を重視する購入層も存在する。

5.5.5 製造卸を核とした柔軟な産地構造

既存の産品を捨て、新機軸に向かうことで成功を手にしてきた。既存技術である転写印刷技術を導入することは容易に思いつき、簡単に真似できる。だが、漆の伝統がなかった新たな市場では、継続的な優位性を山中漆器にもたらした。異業種に進出したとき、漆器で培った伝統が容易にまねできない強みになる。外部から急ぎよ導入した技術がギフト市場進出により、意外にも継続的な発展となり、躍進の源泉となっている。山中産地は、緩やかな結びつきによるネットワーク型産地構造を生かして、短期間に小さな労力で適応可能な分野をうまくみつけ出している。

5.6 総括と仮説の導入

コーディネータともいえる製造卸を中核とした緩やかな結びつきによるネットワーク型産地構造が、進展方向を決定づけた。変遷を追ってみると、生産が半減するような逆境のとき、既存の産品を捨て、新機軸に向かうことで山中産地は躍進していた。既存の技術を使った産品でも、漆器で培った伝統的な意匠を盛り込むことで、新たな市場の競合に対し継続的な優位性が確保できた。

山中漆器は、戦後の復興から1985年までは単調に成長していたと思われていた。だが、変遷を追ってみると、年間生産額の推移からはみえてこなかった短期的に生産が大きく落ち込む事件が起きていた。生産が半減するような事態に遭遇し新たな市場に活路を求めた結果、大きな躍進につながっている。既存の技術を使った産品でも、漆器で培った伝統的な意匠を盛り込むことで、新たな市場の競合に対し、継続的な優位性が確保していた。このような状況を作り出したのは、山中産地の産地構造であった。製造卸を中核とした緩やかな結びつきによるネットワーク型産地構造は、山中産地の発展の源泉といえる。

日本経済は、第二次世界大戦の後から1990年代まで長期間成長を維持してきた。既存産品を高度化する技術や新しい感覚の意匠といった既存市場の成長を即ず支援

システムが構築されきた。国際市場に安価産品が無制限に供給される状況となり、市場は様変わりする。山中漆器は、市場が縮小しているものにも関わらず、新技術導入や新たな意匠に活路を見いだそうとしている。このような戦略を続けても、個々の業者が繁栄することはあっても、再び山中産地全体が繁栄することはない。

第 6 章

未来像と発展の道筋

6.1 概要

前章では時間の流れから分析を進めた。これまでの分析結果を踏まえて、本章は、空間的な広がりから、山中漆器が描く未来像を検討する。分析する過程で、地場産業の盛衰の構図を分析する。6.2で山中漆器の未来像を示す。6.3では考察をおこなう。6.4で総括と仮説を示す。

6.2 未来像

地域システム再生論で加賀市職員と一緒に作成した地域再生計画案「漆のふるさと」および、2007年1月18日の「山中漆器産業再生に向けた人材育成に関する意見交流会」で加賀市助役が話された再生構想は、次のようなものであった。

ギフト製品は、時計など外部から購入した部分もかなりあった。近代漆器の減衰はある程度はやむを得ない。だが、どこかで歯止めをかけたい。近代漆器の減衰を許容する一方、伝統工芸部門の売上を増やし、高級品にシフトしていく。そのひとつとして、ヨーロッパ市場を念頭において、工芸漆器の修繕事業を立ちあげる。修理事業により技を磨いた職人が、工芸作家になれる道筋を築く。修繕事業を足がかりに、漆工芸品の海外展開を図る。万年筆の蒔絵のような、漆工芸を応用した新規分野を開拓する。とはいうものの、国内市場でさえ、顧客の嗜好の変化がつかめず市場がみえてこない。傾向として、安価な新しいデザインの作品が売れる一方、伝統的な作風の販売は芳しくない。

6.3 考察

6.3.1 進め方

前章では時間軸から、分析を進めた。これまでの分析結果を踏まえて、空間的な広がりから、山中漆器が描く未来像を検討する。検討する過程から、地場産業

が誕生し変質していく構造を探る。山中産地に分析から得られた知見を標本として活用できるように整理する。

6.3.2 真の競争相手

山中漆器の真の競争相手は、輪島塗のような競合漆器産地でも、同じ用途に使われる西洋式の道具でもない。最も手強い競争相手は、過去に作られた製品のストックといえる。

観光客で賑わう金沢駅内の商店街において、漆器製品のボリュームゾーンは2000円から5000円程となっていた。高級を扱う百貨店において、漆器売り場はどのような状況にあるのか。金沢市内のめいてつエムザと大和百貨店の漆器売り場を覗いてみた。扱われている商品は、山中産地の思わくより安い価格帯であった。高価な漆器は、主として裏通りに店を構える骨董品店で扱われている。漆器に限れば、石川県では、高級志向の百貨店より、古道具屋が高価な商品を扱う。漆器修繕家更谷富造氏は、現代の工芸家の作品は、ストックされてきた過去の産品に太刀打ちできないと述べていた。新感覚な意匠は、ストックが存在しない。新品を買う以外選択はない。

この問題を考えるとき、カメラ業界の状況が参考になる。1962年、日本のカメラ生産台数は、ドイツを追い追い抜く。カメラ市場の主流が一眼レフに移行したことで、日本のカメラメーカーは躍進した。そして今日まで半世紀の間、日本のカメラメーカーは、世界市場を席捲し続けている。だが2000年頃、日本のカメラメーカーは、販売不振に苦しんでいた。一方、国内カメラ市場は活気に溢れていた。当時国内カメラ市場は、新製品の販売より、中古品売買の市場が大きくなっていった。2000年頃は、新品カメラ扱い高日本一とされる東京新宿西口ヨドバシカメラより、東京中野にある中古カメラ屋フジヤカメラがカメラ関連の売上に限れば勝っていた。ニコンの最も手強い競争相手は、超音波モータ等の最新技術を得意とするキャノンでも、ドイツ製高級カメラのライカでもなかった。ニコン自身が、過去に製造した市場ストックであった。Nikon FM3Aは、感光フィルムカメラ市場における最後のヒット作となる。写真を撮るカメラとして使いやすいことから、中古市場で人気の高かったNikon FE2を再現した仕様となっている。Nikon FM3Aは、1983年に発売したカメラと同じようにアナログ式指針で露光情報を読み取り、目測でピントを合わせ、巻き上げレバーでフィルムを送る。日

本のカメラメーカーは、世界の新規販売市場を席捲できても、自らが過去に生産したカメラの魅力に敗北した。この状況を打開したのは、感光フィルムから電子媒体へという転換であった。新たにデジタルカメラ市場に参入する企業もあり、2007年の新品市場は、活気に満ちている。感光フィルムは、135フォーマットの販売本数が最も多い。135フィルムを使うカメラを、ドイツのライカ社が発売したのは1913年であった。100年に一度といえる大きな技術革新に巡り会えたことで、カメラメーカーはやっと蘇生した。

漆工芸は、年代を追うごとに材料が高騰し、工賃が上昇してきた。同等の製品であれば、時代が新しいほど割高となる。さらに、漆器修繕家更谷富造氏が云うように、江戸の工芸家^{※15}が、現代の工芸家より腕がいいとしたら、新しい作品に競争力はない。現存する商品が壊滅する大きな災害に見舞われるなど、骨董品ストックが底をつくような事態が到来しないかぎり事態は好転しない。産地が注目している万年筆の蒔絵のような、市場に新規基軸を持ち込まないと、発展の可能性は残されていない。山中産地が描く、工芸品による復興の道筋は興味深い。だが、工賃の上昇した日本において、労働集約な工芸の競争力を維持することが可能なのか。次の節では、ヨソ者が持ち込んだ価値観により、工賃高の限界を乗り越え、新しい工芸品産地が誕生した関市のカスタムナイフを紹介する。

6.3.3 新たな工芸品市場の誕生、カスタムナイフ

職人的手仕事によるナイフを「カスタムナイフ」^{※16}と呼ぶ。工芸品に活路を求める山中産地にとって、発展の様相は興味深い。2007年10月6・7日に開催された関アウトドアナイフショーには、ガーバーサカイ（株）などのファクトリーナ

※15.明治初頭が、漆器工芸の最盛期というのが定説となっている。江戸時代は高貴な人たち向けに制作費を気にせず、できばえだけを考えていればいい漆工芸市場が存在し、高い技能が培われていた。明治維新により、漆器工芸家は束縛から解放され、己が思うとおりの作品づくりが可能となり、すぐれた作品が数多く生まれた。その後再び束縛されることはなかったが、工芸家として腕を磨く市場は消滅した。明治初頭の漆器工芸の栄華は、過渡期の出来事となり、持続できなかった。

※16.ロバート・W・ラブレスの工房で経験を積んだ相田義人は、カスタムナイフを「一人の職人が、デザインから素材の選別、全ての工程を責任を持ってこなして生涯保証をするナイフをカスタムナイフと呼んでいます」と説明している。

イフ・メーカーが16社、カスタムナイフ・メーカー※¹⁷ 60社が参加した。現在岐阜県関市は、刃物産地として国内最大で、世界市場ではドイツのゾーリンゲン地方に次ぐ。カスタムナイフ・メーカーの工房も存在する。著名な刃物鍛冶が併設する工房と、趣味でナイフ造りを始め名前が売れたのでカスタムメーカーとなった工房がある。カスタムナイフ産業は、漆器工芸のような伝統はない。米国のカスタムナイフ市場が大きく成長した1970年代、OEM生産を手がけていたことが発端となった。ロバート・W・ラブレスの出会いにより、1980年代に関市にカスタムナイフ・メーカーが誕生する。

カスタムナイフの発祥地米国の歴史を簡単に紹介する。先駆者ウォルター・D・ランドール (Randall D. Walter) は、趣味で作り始めたハンティング・ナイフが評判となり工房を開く。ナイフは、第二次大戦に出征する米軍兵士の間で広く愛用された。1950年代初めにランドールに影響されて、ナイフ造りを始めたロバート・W・ラブレス (Robert W. Loveless) は、シンプルで洗練された手作りの味わいを持つナイフを売り出して一躍有名となった。技を隠匿するような旧弊を排除し、技術を誰にでも開放したラブレスは「現代ナイフの父」と呼ばれている。多様な商品が供給されないと市場は活性化しない。多くの工房がないと多様な商品は供給できない。鋼材から型抜きして削り出すストック&リムーバル法を確立し、それまで鍛冶職人が手がけていたナイフの製造を、趣味として楽しめるものにした。アメリカ・カスタムナイフギルド (AKG) の設立に尽くした。日本においても、流通システムをも含めたカスタムナイフの基礎をつくった。ジャパンナイフギルド (JKG) は、1980年彼の助言により発足する。ラブレスはJKG初代会長で、現在名誉会長となっている。

岐阜県関市の刃物産業は、戦国時代の刀鍛冶に起源がある。第二次世界大戦後、固定相場制の中で高い国際競争力を維持し、ゾーリンゲンと並ぶ、世界的な刃物産地となった。プラザ合意以降の円高や後発国の台頭により輸出額は最盛期の1/3に減った。1984年に300億円程あった輸出が、1998年には100億円に落ち込む。

※17.国内で、カスタムナイフ製造で生計を立てられる人は、5・6人ほど。ほとんどのカスタムナイフ・メーカーは、ナイフ造り見習いに給料を支払える状況にない。カスタムナイフ造りは、弟子入りするほど難しい技術ではない。カスタムナイフ・メーカーが主催する手作り教室に参加して学ぶこともできる。

安物は減少したが、中高級品は落ち込まなかった。1960年半ばから、輸出向けにダイバーナイフが生産されていた。自社ブランドのみの生産販売では、リスクが大きいため、OEM生産を手がける企業も多い。ファクトリーメイドが主流だが、手作りの風合いを持つナイフも手がけている。カスタムメーカーの集積もみられる。円高により刃物産業が衰退したことで、関市には、不要となった生産設備と工房に転用可能な空き工場があった。起業コストが低い関市にカスタムナイフ作成者が集まってきた。大半のカスタムメーカーは、ナイフの製造販売で利益を上げることができるが、専業になるだけの売上が確保できていない。好きな仕事の他に、生活を支える本業を持つライフスタイルを選択した人たち^{※18}が、カスタムメーカーの担い手となっている。

6.3.4 産品による差異

輪島塗が上塗り職人を核とした産地構造をとるのは、産品の性格を考えると合理的といえる。状況に対応する過程で適切な産業構造に変化する。漆器工芸品の特徴を整理するために、先に採りあげたカスタムナイフと3.6で採りあげた陶器との対比表を作成した。

※18.自ら手がけた産品を週末にノミ市で販売するのは、特別なことではない。1980年代郊外の大きなショッピングモールには、小さな貸店舗が併設されていた。夜間もしくは週末しか営業しない店子も多かった。

要項\産品	難易度	漆器	難易度	カスタムナイフ	難易度	陶器
工房確保	低	自宅でも可能	高	広い工房	高	火気を扱える
回避策		不要	中	廃業した工場利用	低	少量なら電気窯
道具や設備の準備	(中)	轆轤のみ	高	電動工具が必要	高	窯
回避策			中	中古設備	安	少量なら電気窯
材料費	高	本漆・外注費	中		低	窯の燃料代
工数や工賃	高		中		低	
産品多様性	大		低		中	
最低限の技能	高		中		低	
芸術の感性	中		高		高	
最低価格		1万円		1万円		1000円
ボリュームゾーン		産品による		10万円		数千円

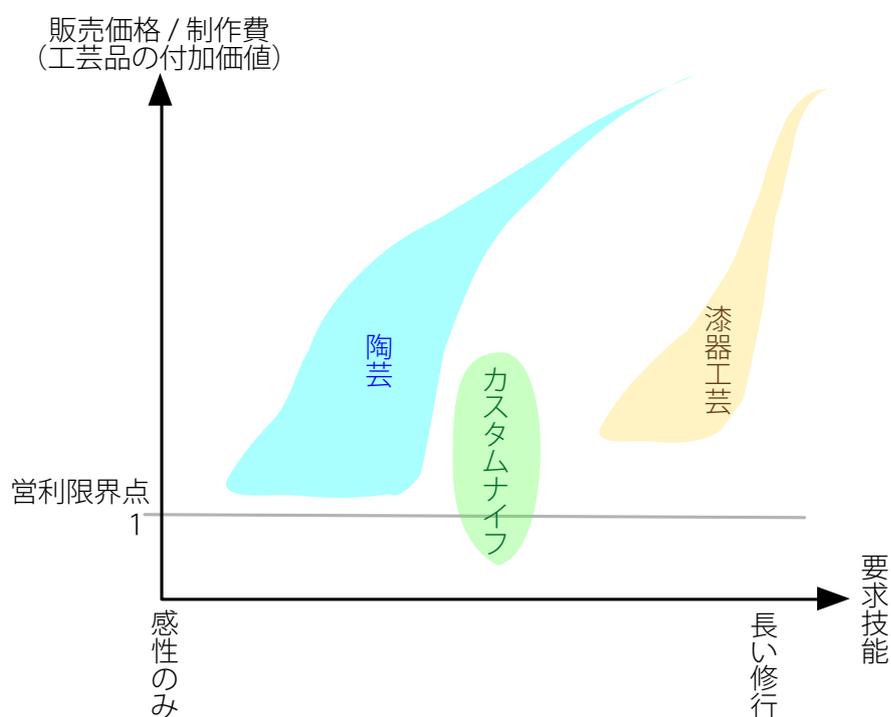
図表20：産品対比表

陶芸品は、技能より感性が作品のできばえの^{かなめ}要となるので、必ずしも漆工芸のような長い下隅は求められない。工賃と材料費は売価に対して小さく、できの悪い作品を廃棄しても利益がでる。数多くつくった中から、厳選して高額で売っても採算に乗る。窯の焼きの偶然による作品でも採算が取れる。売れ残りを気にせず大量の産品をつくり、安価に販売する戦略もとれる。陶芸家として、多様な作家活動が成り立つ。恵まれた状況にあって、工房を持つ負担が独立する大きな障害となっている。故に側面から行政が支援する意義は大きい。加賀市も、空き家となった古い民家を整備し、工芸村にする構想を持つ。伝統的な建築物の保護になり、観光資源として活用が期待できる。陶芸教室やカスタムナイフ作り教室は、各地で開催されている。陶芸教室やカスタムナイフは、感性が作品のできばえに大きく影響する一方、要求される技能が高くないから、プロでなくても作品づくりが楽しめる。材料費が高価で、まがりなりにも形にするには、ある程度の技能が求められる漆工芸を趣味の範疇で手がけるのは難しい。漆工芸では、工房の活用範囲も限られる。

漆工芸は、工賃と材料費により売価が大きく制限を受け、陶芸のようにはいかない。完成したできが悪くても廃棄することはできない。作費を抑え安価な作品作りを目指すなら外注しないといけない。できあがった趣向品を、不特定多数の人に売

ろうとしたら、売れ残りがでるのは致し方ない。売れ残りが少ないような作品を目指していたら、凡庸なつまらない作品しか生まれない。だが、事業化を考えると、運転資金を寝かすことはできない。制作費が回収できるまでの資金繰りが事業化を困難にしている。

この状況を視覚的に説明する図表21を作成した。縦軸を「工芸の付加価値（販売価格/制作費）」、横軸を「要求される技能の高さ」とした二次空間において、漆器・カスタムナイフ・陶器が事業展開可能な領域が提示した。



図表21：技能と感性

輪島塗は、豪農の注文に応じた受注生産をおこなっていた。工芸品を主体とした金沢漆器は、藩のお抱えであった。湯治客という不特定の顧客を対象にした山中漆器は、安価な産品を扱っていた。山中漆器が描く、不特定相手に出来合いの工芸品を売るビジネスモデルは、先例がない。日本の骨董品の売買や海外のオークションは、製造原価でなく、買い取り価格で売価が決まる。異なるビジネスモデルといえ、同列に扱えない。骨董品市場やオークションが繁栄していても、漆工芸作家の作品が売れるとは限らない。

6.3.5 万年筆における国内市場と海外市場の違い

漆関係者は、器蒔絵を施した万年筆に注目していたが、高額な万年筆は、お金持ちのコレクター向け商品という認識であった。国内市場はそうかもしれない。だが、海外市場においては、お金持ちのコレクター向けだけでなく、ビジネス需要も存在する。

日本では、情報器機が普及したため、手書きの文字の使用機会は減少した。手書き文字が使われるのは、メモと年賀状といったところに限定される。そのような状況で、中学生になると万年筆を持つ習慣は、廃れてしまった。使用する機会が減った万年筆の国内市場は低迷している。だが、海外の万年筆市場は健在であり、今後も一定の市場は存続していく。日本は、個人認証として印鑑を使う慣習が未だ残っている。だが、現在ほとんどの国は、サインによる認証を基本としている。南米やアジア地域であっても、西洋文明を取り入れた契約社会では、日常業務としてたくさんの書類にサインする。立場にある人は、職場で30ドルから100ドル程度の万年筆を使う。外出時は、30ドルから100ドル程度のボールペンを携帯している。重要な決定事項がなされる会議の席では、出席者の面前で最高責任者が書類にサインする儀式がおこなわれる。責任ある立場の人は、特別なとき着用するスーツを用意しているように、特別な機会に使用する万年筆を準備している。使い捨て筆記用具は、相手に失礼となる。サインによる認証を採用する諸外国では、高価な筆記用具の需要は小さくない。

サインによる認証を基本としている国では、高級ボールペン市場は無視できない。支払いに小切手を使う習慣は多くの国で普及している。治安対策のための安物のバックに、おしゃれな高級ボールペンを忍ばせている婦人は少なくない。日本は治安もよく社会インフラが安定している。だが、多くの国は、停電が日常的にあり、電子器機のメンテナンスも滞りがちだ。停電や故障を考えると電子決済に頼り切ることはできない。個人取引や小規模事業者との金銭のやり取りにクレジットカードは使えない。そうかといって治安の悪い国で現金を持ち歩くのは、自らの命を危険にさらすことになる。仮に現金で取引しようとしても、100ドルや50ドルといった高額紙幣は、偽物が多いことから受け取ってもらえない。1000ドルともなると20ドル紙幣50枚が必要となり、金融業を営んでいない者には枚数確認も容易でない。小切手にサインして支払うのが、簡便でかつ安全といえる。相応の服装を着た人が、相応の筆記用具でサインしないと1000ドルの小切手は

安心して受理できない。個人認証にサインを利用する諸国では、高級ボールペンの需要は一定量存在する。

緻密で豪華絢爛の蒔絵を施したコレクター向けと、ビジネス用途では、嗜好が異なる。異なる市場が存在するなら、異なる戦略が必要となる。コレクターの情報収集は容易に集まるが、異なる地域に住む一般的な人たちの需要はつかみにくい。生活しないとみえてこない部分もあり、市場調査に限界がある。山中漆器関係者は、新しい意匠を提案する販促策が成功していないことを気にかけていた。市場がみえなくて、どう商売していいか解らないという悲観論も持つ者もいるが、理解できないのが、むしろ普通といえよう。確かに産業向け製品では、国際市場において直販で成功している日本の中小企業も存在する。だが、土地の風土や慣習に依存する部分を把握するのは難しい。理解できない状況を前提として戦略を立てるのは特殊な状況ではない。生活関連製品では、消費地問屋に任せるのが無難な選択といえる。布地や革製品など生活関連製品を扱うイタリア中小企業群も、OEMに活路を見いだしているところが多い。

6.4 総括と仮説

安定した時代が続くと市場ストックは大きくなり、新たに生み出される製品と競合する。年代を追うごとに材料が高騰し、工賃が上昇するなら、新しく制作された作品に競争力はない。漆器修繕家更谷富造氏が云うように、江戸時代の制作者が現代の工芸家より腕がいいなら、なおさらだ。安定した社会が続けば、市場は過去の製品だけで飽和状況になり、新たな製品が参入できる領域は限定される。骨董品やオークションは、買い取り価格で売価が決まる。異なるビジネスモデルとはいえ、骨董品市場やオークションが繁栄していても、漆工芸作家の作品が売れるとは限らない。

日本は第二次世界大戦の後から1990年代まで成長を維持した。この間、高度技術や新感覚の意匠を導入するといった、既存市場での成長を助ける支援が主流となる。減衰傾向に変わったときに構築された支援の仕組みは有効であろうか。むしろ、発展の余地が残されていない既存の市場にしがみつ়く存命行為を助長している。

第 7 章

盛衰とイノベーションの関係モデル

7.1 概要

本章は、山中漆器における、盛衰とイノベーションの関係モデルを提示する。7.2 でモデル構築の目的と意義を示した。7.3 では、本論が導入した「市場転換イノベーション」と「市場継続イノベーション」を定義する。7.4 では、シュンペーターの 5 つの分類との関係を示す。7.5 では、縦軸を「生産額の変化」、横軸を「年月の推移」とした 2 次空間を導入してモデルを提示する。7.6 では、2 次空間に描く仮想世界と現実の差異からモデルの妥当性を評価する。7.7 では、総括とモデルの適応範囲を検討する。

7.2 目的と意義

これまで数多くの社会現象モデルが提案されてきた。だが、どれも未来を予測することはできなかった。現実の世界は非線形要素を含み、早い段階で分岐がおきるため予測は困難といえる。だが、進むべき未来を決定しなければならない事もある。現在の加賀市行政は、そのような立場にある。予測を困難にしている分岐現象は、未来を決める決定的要因ともいえる。この点に着目し、モデルを構築すれば、現実世界の仕組みを解明する手掛かりが得られる。

7.3 市場転換と市場継続イノベーションの定義

新たな産品を生み出したり、手がけていた産品の転換に寄与する新機軸を生んだイノベーションを「市場転換イノベーション」とし、現在手がけている産品の発展に寄与したり、付加価値を高めたりするイノベーションを「市場継続イノベーション」と定義する。どちらに分類されるかは、イノベーションの結果、アウトプットにより決まる。市場に無関係なイノベーションもあるので、すべてのイノベーションがどちらかに分類されるわけではない。本分類の対象外となるイノベーションも存在する。

7.4 シュンペーター 5つの分類との関係

本論文では、社会的変革を、産地の変革と読みかえた。シュンペーターの5つの分類と本論で導入した分類の関係は図表22のようになる。

シュンペーターによる5つの分類	論文が導入した分類		分類対象外
	市場継続イノベーション	市場転換イノベーション	
新しい生産物または生産物の新しい品質の創出と実現	新感覚な意匠	PET樹脂	
新しい生産方法の導入	足踏み轆轤技術 電動轆轤	ペーク・近代漆器 自転車リム	
新しい販売市場の創出	定義から存在しない	転写印刷 ホルマリン問題 ギフト市場開拓 欧米市場進出	
新しい買いつけ先の開拓	中国から素地の輸入 中国工場での生産	第二大戦 円高	
産業の新しい組織の創出	分類対象外	分類対象外	

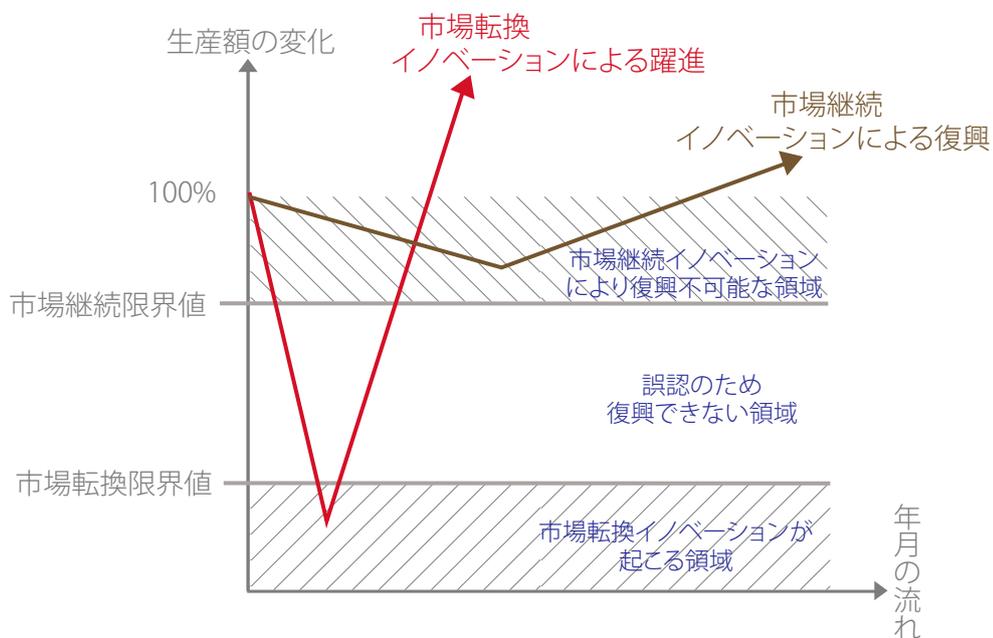
産地では対応不可能な、外的なイノベーションの要因

図表22：シュンペーターの5つの分類との関係

競合関係にある同業者に対して優位性を維持するのは、容易なことではない。既存市場での競合から生まれた市場転換イノベーションは、じきに追従される。電動轆轤の導入は漆器産地の中で先んじたものの、すぐに輪島塗も追従してきた。中国からの輸入も、追従してきた漆器産地外の競合に市場を奪われた。既存市場での競合から生まれた市場転換イノベーションの効用は限定的といえる。山中漆器の変遷を追うと、市場の転換が躍進に結びついていった。転写技術を蒔絵に導入からギフト市場進出と、成長は1960年半ばから1980年半ばまで20年間にも及ぶ。轆轤技術を自転車リム生産に転用した新家工業は、現在木製産品は扱っていない。新家工業の2006年度の売上は250億円で、山中産地の総生産額に匹敵する。

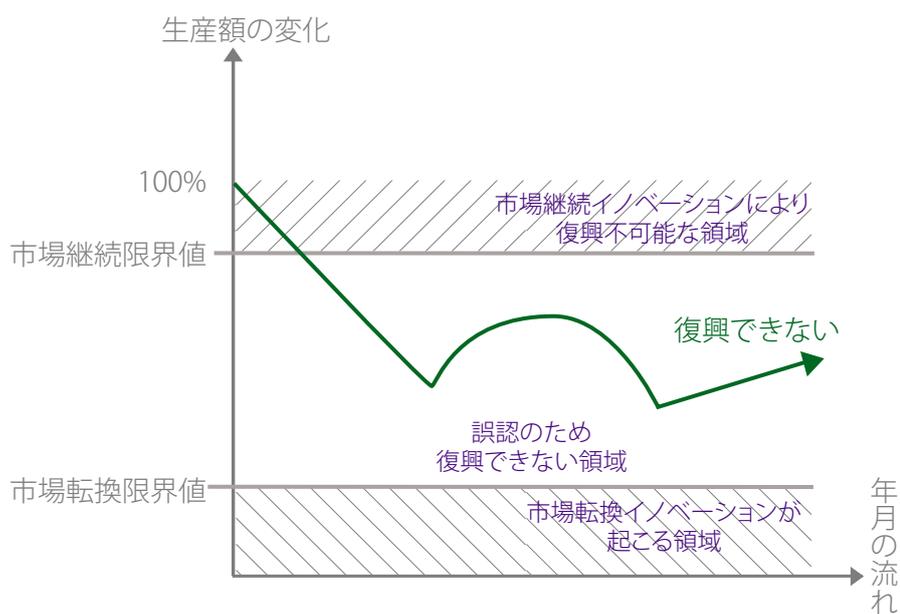
7.5 モデル構築

山中産地の状況を追ってみると、短期間で生産額が半減するような事態から抜け出すために、市場転換イノベーションが起きて産地は躍進した。緩やかな減衰量るとき、高度新技術導入や新しい意匠により市場継続イノベーションを模索している。この状況を2次元空間に書き込むと図表23のようになる。2次元空間は、縦軸を「生産額の変化 = (起点の生産額 - 時間経過後の生産額) / 100」とし、横軸を「年月の推移」をとる。図表12において生産額の推移が直線となっていることから、仮想空間でも成長と減衰は直線で推移すると仮定した。



図表23：復興の構図

市場継続により立ち直ることができる限界値より落ち込みが多く、市場転換が起こる市場転換限界値より落ち込み量が少ない領域では、誤認により復興できない。個々の業者に繁栄がみられるが、既存市場は産地全体を支えきれず、山中漆器の総生産額は継続的な減衰傾向にある。この領域の山中産地は、市場転換が必要なのに市場継続イノベーションが試みられている。この状況を先に定義した2次元空間に書き込むと、図表24のようになる。



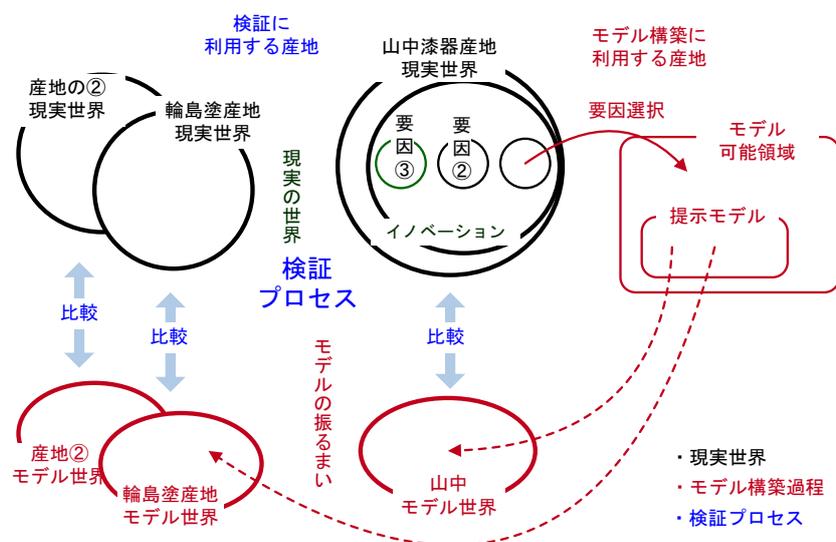
図表24：復帰不能に陥る構図

盛衰とイノベーションの関係の構図を2つのグラフ図表23と図表24で示した。本論文は、このグラフが画く仮想世界をモデルとして提示する。

7.6 モデル検証

7.6.1 手法

厳密な検証とはいえないが、モデルの振る舞いと現実世界の差異が合理的範囲かみることによって検証をおこなう。この手順は、図表25に示した。検証対象は自分自身である山中漆器と輪島塗を選んだ。



図表25：モデルの検証方を示した図

7.6.2 山中漆器での検証

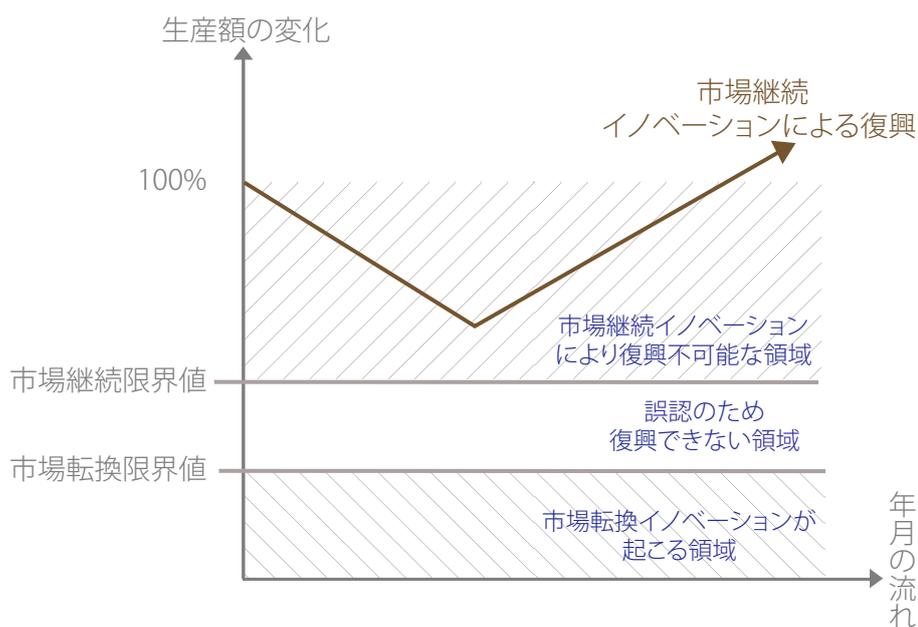
意外にも山中産地は、緩やかな落ち込みから、抜け出す術がない。市場が縮小傾向するとき、製造卸を核とした柔軟なネットワーク型産業構造は、イノベーションを抑制する。個々の製造卸は、減少傾向にある既存の市場でも、成長する余地はある。多品種少量生産の体質が変わらない一方、総生産額が大きくなれば、個々の産品が総生産額へ与える影響は限定的となる。単一企業であっても、売上の推移にこのような傾向が現れると、舵取りが困難となる。

「山中漆器産業再生に向けた人材育成に関する意見交流会」の席で、もと山中町町長で現在加賀市助役は、漆の木を植える NPO の立ちあげ、漆器修繕研修所の構想などいろいろな取り組みを紹介して、その効果は思うようにあがっておら

ず、生産額減衰を食い止める決定策はない状況を説明した。モデルの描く山中漆器の仮想世界は、現実世界と類似していた。

7.6.3 輪島塗での検証

輪島塗は、新商品の開発に活路を求めており、工芸品を視野にいれつつ高額生活用品の路線を継続してきた。製品の性格が類似する高級食器市場を扱う企業が存在する。ノリタケの2007年売上は1000億円以上あり、2000年以後も成長している。輪島塗の扱う製品は、特定市場を対象としていることから、市場継続イノベーションでも回復可能で、現在の市場でも事業継続が可能だと思われる。モデルが描く輪島塗の仮想世界は、図表26のように誤認領域は狭く、単一製品^{※19}での成功が生産額に反映される。輪島塗は市場継続イノベーションの積み重ねで、今日の繁栄を築いた。モデルの振る舞いは、現実の状況と矛盾しない。



図表26：輪島塗モデル

※19. 個々の商品のことを単一製品としたのではなく、同一マーケットに向けた商品群を単一製品として認識した。

7.7 総括と適応範囲の検討

盛衰とイノベーションの関係を、図表 23 と図表 24 で示した。本論文は、この構造をモデルとして提示する。モデルが描く山中漆器と輪島塗の世界は、現実と類似しているようだが、定量的な評価になっていない。

第 8 章

終章

8.1 本研究で得られた知見

競合関係の間で優位性を維持していくのは容易なことではない。山中漆器の変遷において、既存市場の発展に寄与したイノベーションは持続できなかった。変遷を追うと、新たな市場に進出したことが、躍進のきっかけとなっていた。既存技術を転用した製品でも、漆器で培った伝統的な意匠を盛り込むことで継続的な優位性を確保していた。このような状況を作り出したのは、製造卸を中核とした緩やかな結びつきによるネットワーク型産業構造であった。

山中漆器の総生産額は、1985年まで単調に増加していた。だが、変遷を追うと、年間生産額に現れない短期的な大きな落ち込みが、幾度かあった。生産額が半減する事態に遭遇したとき、新たな市場に活路を求め産地は躍進してきた。産地の規模が小さかったとき、イノベーションは産地全体に波及し、生産額の伸びは加速した。今日の山中産地の生産規模は200億円強となったが、少量多品種を扱う体質は変わらない。産品が多種多様なため、成功事例には事欠かない。産地内に数多く盛衰が起きていても、総生産額は大きくぶれない。小さな製造卸なら、一つヒット商品ができれば、企業として躍進する。個々の製造卸は、既存の市場にとどまっても成長する余地があり、高度新技術導入や新しい意匠に活路を求め、市場継続イノベーションを模索していた。既存の市場が産地全体を支えることはできないのに、既存の市場に留まろうとする力が働き、市場転換イノベーションは抑制されてきた。意外にも、緩やかな落ち込みから、抜け出すすべがない。右肩上がりの時代に構築された産業支援構造は、既存の市場に縋り付くのを助けるように機能してしまう。

8.2 理論的含意

市場が縮小するとき、製造卸を核とした柔軟なネットワーク型産業構造は、イノベーションを抑制してしまう。「市場転換イノベーション」と「市場継続イノベーション」という概念を導入することで山中産地の盛衰とイノベーションの関係モデルを導いた。

山中産地の状況を追うと、短期間で生産額が半減するような事態から抜け出すために、市場転換イノベーションが起きて産地は躍進した。緩やかな減衰量るとき、高度新技術導入や新しい意匠により市場継続イノベーションを模索している。個々の業者に繁栄がみられるが、既存市場は産地全体を支えきれず、山中漆器の総生産額は継続的な減衰傾向にある。この領域の山中産地は、市場転換が必要なのに市場継続イノベーションが試みられている。市場継続により立ち直ることができる限界値より落ち込みが多く、市場転換が起こる市場転換限界値より落ち込み量が少ない領域では、誤認により復興できない。この盛衰とイノベーションの関係の構図を、モデルとして図表23および図表24に提示した。

8.3 社会的含意

時代が進むほど、漆工芸の材料は高騰し工賃は上昇してきた。江戸時代の制作者が現代の工芸家より腕がよいなら、新たに制作される商品は市場ストックにかなわない。新作の販路は、ニッチ市場に頼る他あるまい。

魅力を失った地場産業は、地域住民から見放されつつある。後継者育成に地域行政が危機感を募らせる一方、山中温泉地区の住民は、新たな働き先を確保して困っていない。交通事情が改善し、通勤圏が拡大したとき、高い賃金を支給するところに、人的資源を奪われる構造は避けられない。

地場産業のように零細企業が活躍する業界は、中小企業が大企業に比べて不利にならない産業といえる。地場産業の魅力は、独立できるチャンスが多いことにある。地場産業を活性化させるためには、減衰の援助ではなく、失敗した者が容易に立ち直れる社会に変わる必要がある。

8.4 将来への示唆

従来、地方支援や発展途上国への国際協力として、技術レベルを底上げする支援や資金援助がおこなわれてきた。このような産品そのものにたいする支援から、産地形成や販路拡大といった側面からの支援に潮流が変わりつつある。新しい潮流である一村一品運動を定着させるには、産業集積の支援が不可欠といえる。製造卸を中核とした緩やかな結びつきによるネットワーク型産業構造の山中産地は、広域で活動する既存の大企業に頼らない地域になるための良き手本となりえる。

強みと弱みが同一源泉にある山中産地は、現在の延長上で衰退をくい止める術^{すべ}はない。異なる環境で新しい経験を積むことで、これまでと違った発想が生まれる。タイやミャンマーなどの諸外国の漆器産地に、山中産地の経験を伝えることで糸口をつかむことができるのではないか。

参考文献リスト

- 青木昌彦・安藤晴彦編（2002）『モジュール化 — 新しい産業アーキテクチャの本質』東洋経済新報社
- アジア協会（1960）『東南アジアの漆資源』アジア協会
- 馬場敏幸（2005）『アジアの裾野産業 — 調達構造と発展段階の定量化および技術転移の観点より』白桃書房
- Babbie, Earl R. （2001）*The Practice of Social Research, Wadsworth Publishing.*
（渡辺聡子訳（1995）『社会調査法〈1〉〈2〉基礎と準備編』オーム社）
- Christensen, Clayton M. , Raynor, Michael E. （2003）*The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful, Bostom: Harvard Business School Press.*（玉田俊平太・櫻井祐子（2003）『イノベーションへの解 — 利益ある成長に向けて泳社）
- Christensen, Clayton M. （1997）*The Innovator's Dilemma, Bostom: Harvard Business School Press.*（玉田俊平太・伊豆原弓訳（2000）『イノベーションのジレンマ』翔泳社）
- Christensen, Clayton M. , Raynor, Michael E. （2003）*The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful, Bostom: Harvard Business School Press.*（玉田俊平太・櫻井祐子（2003）『イノベーションへの解 — 利益ある成長に向けて』翔泳社）
- 中小企業庁事業環境部調査室（1980）「第4節 地域社会の発展と中小企業」『中小企業白書（昭和55年版）』ぎょうせい

中小企業庁事業環境部調査室（1981）「第3節 地域経済と地場産業」『中小企業白書（昭和56年版）』ぎょうせい

課題3グループ（2007）『「漆のふるさと」を目指して — YAMANAKA-japan構想による世界戦略』地域再生システム論課題

江本正記（2001）『タイ工芸の里紀行』実業之日本社

藤本隆宏（2000）「毛織物・アパレル産業の製品開発」安本雅典共著『成功する製品開発 — 産業間比較の視点』有斐閣 pp.209-231

藤本隆宏（2001）「第3章 製品と行程の歴史分析 — 大量生産とは何であったか」『生産マネジメント入門 <1> 生産システム編』日本経済新聞社 pp.49-91

藤本隆宏（2001）『生産マネジメント入門<2> 生産資源技術管理編』日本経済新聞社

藤本隆宏（2002）「製品アーキテクチャの概念・測定・戦略に関するノート」経済産業研究所RIETI Discussion Paper Series 05-J-013

藤本隆宏（2004）『日本のもの造り哲学』日本経済新聞社 pp.49-91

藤本隆宏（2005）「アーキテクチャの比較優位に関する一考察」経済産業研究所RIETI Discussion Paper Series 02-J-008

藤本隆宏（2005）「擬似オープン・アーキテクチャと技術的ロックイン — 中国二輪産業の事例から」経済産業研究所RIETI Discussion Paper Series 04-J-003

藤本隆宏（2005）「疑似オープン・アーキテクチャと技術的ロックイン」安本雅典共著『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社 pp.81-113

藤本隆宏（2007）『ものづくり経営学 — 製造業を超える生産思想』光文社

- Fujita, Masahisa, Krugman, Paul, Venables, Anthony J. (1999) *The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade*, Boston: The MIT Press.
(小出博之訳 (2000) 『空間経済学 — 都市・地域・国際貿易の新しい分析』 東洋経済新報社)
- 張間喜一・古今伸一郎 (1976) 『輪島漆器』 北国出版社
- 久武昌人 (2005) 「東アジアにおける日本の過去・現在・未来—都市集積の変容から見た一考察」 経済産業研究所 RIETI Policy Discussion Paper Series 05-P-003
- 伊賀光屋 (2000) 「第三部 産地の比較社会学」 『産地の社会学』 多賀出版 pp.515-580
- 石川県商工部 (1981) 『石川県地場産業調査報告書』 石川県商工部
- 石川県高等学校野外調査研究会 (1977) 『石川県の伝統産業』 北国出版社
- 伊丹敬之他編 (1998) 『産業集積の本質 — 柔軟な分業・集積の条件』 有斐閣
- 加藤秀雄 (2003) 「第5章 大田区工業の広域ネットワークの構造」 警護新評論 ,pp.171-199
- 川北良造 (2002) 『木と生きる、木を生かす — 木地師千年の知恵と技』 祥伝社
- 慶応義塾大学経済学部現代経済学研究 (2001) 『経済学による政府の役割分析』 慶應義塾大学出版会
- 経済産業省 (2002) 「第2節我が国の地域経済構造の変化と東アジアにおける経済集積間の競争と連携」 『通商白書 (平成14) — 東アジアの発展と日本の針路』 ぎょうせい

- 北原貞輔・矢田俊文（1986）『地域経済システムの研究』九州大学出版会
- 北野信彦（2005）『近世漆器の産業技術と構造』雄山閣
- 清成忠男・橋本 寿朗（1997）『日本型産業集積の未来像 — 「城下町型」から
「オープン・コミュニティー型」』日本経済新聞社
- 河野光雄（1995）『経済発展と産業立地の理論』中央大学出版部
- 神頭広好（2001）『都市と地域の立地論 — 立地モデルの理論と応用』古今書院
- Krugman, Paul（1997）*Development, Geography, and Economic Theory*,
Boston: The MIT Press.（高中公男訳（1999）『経済発展と産業立地の理論』
文真堂）
- 松井和久（2007）「地域産業振興と国際協力」『jica CONTENTS—ものづくり、人
づくり、地域おこし』国際ジャーナル社 通巻17号, pp.18 -19
- 松田権六（1981）『うるしのつや』日本経済新聞社
- 松尾昌宏（2001）『産業集積と経済発展』多賀出版
- 三田村有純（2005）『漆とジャパン — 美の謎を追う』里文出版
- 宮川泰夫（2003）「山中漆器産地の革新機構—交流の構造と革新の風」『比較社会文
化』vol.9pp.19-42
- 宮元健次（2002）『加賀百万石と江戸芸術 — 前田家の国際交流』人文書院
- 中村良・田淵隆俊（1996）『都市と地域の経済学』有斐閣
- 南保勝（2005）「第四章 福井県地域経済の概念」坂本 光司・南保 勝編著『地域産
業発達史 — 歴史に学ぶ新産業起こし』同友館 pp.148-213

西島明正（2006）『山中町史 完結編』加賀市

小川秀樹（1998）『イタリアの中小企業 — 独創と多様性のネットワーク』日本貿易振興会

岡本義行（1994）「第2章 経済構造の特徴」『イタリアの中小企業戦略』三田出版会 pp.25-50

尾高煌之助（2000）『新版 職人の世界・工場の世界』NTT出版

大阪市立美術館（1984）『装身具 — カジュアルコレクション』大阪市立美術館

Piore, Michael J., Sabel Charles F.（1984）*The Second Industrial Divide: Possibility for Prosperity*, New York: Basic Book.（山之内靖・易浩一・石田あつみ訳（1993）『第二の産業分水嶺』筑摩書房）

Porter, Michael E.（1990）*The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press.（土岐ほか訳（1992）『国の競争優位（上）（下）』ダイヤモンド社）

Porter, Michael E.（1998）*On Competition*, Boston: Harvard Business School Press.（竹内弘高訳（1992）『競争戦略 I II』ダイヤモンド社）

Porter, Michael E.（2000）*Can Japan Compete*, United States: Perseus Books Group Published.（竹内弘高（2000）『日本の競争戦略』ダイヤモンド社）

R.W.ラブレス・井上武監修（1982）『Knives — 石器からラブレスまで』クロスロード

坂田一郎ほか（2007）「地域クラスターのネットワーク形成のダイナミクス」経済産業研究所 RIETI Discussion Paper Series 07-J -023

更谷富造（2003）『漆芸 — 日本が捨てた宝物』光文社

- Schumpeter, Joseph A. (1911) *THEORIE DER WIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG*. (塩野谷祐一訳 (1993) 『経済発展の理論—企業者利潤・資本・信用・利子および景気の回転に関する一研究』岩波書店)
- 佐藤郁哉 (2002) 「フィールドワークの技法 —問いを育てる、仮説をきたえる」新曜社
- 関満博編 (2001) 「第1章 地域の発展と産業集積」『アジアの産業集積 — その発展過程と構造』日本貿易振興会アジア経済研究所
- 関満博・岡本博公 (2001) 「序章 造船業と企業城下町をめぐる諸問題」『挑戦する企業城下町 —造船の岡山県玉野』新評論 pp.11-18
- 下平尾勲 (1999) 「現代地域論 — 地域振興の視点から」八朔社
- 下平尾勲 (1996) 『地場産業 — 地域からみた戦後日本経済分析』新評論
- 信金中央金庫総合研究所 (2007) 「地域におけるスピノフ企業家の集中的発生のメカニズム」地域調査情報 総合研究所18-4
- 末広昭 (2000) 『キャッチアップ型工業化論 —アジア経済の軌跡と展望』名古屋大学出版会
- 高橋勇 (1976) 『加賀の工芸』北国出版社
- 玉田俊平太 「地域のイノベーションシステムの重要性」経済産業研究所RIETI Discussion Paper Series 07-J-002
- 東京国立博物館・石川県立美術館 (2006) 『人間国宝 松田兼六の世界』毎日新聞社
- 鈴木規夫 (2003) 「漆工品の修理」『日本の美術 No.451』至文堂

UFJ総合研究所（2003）「アジアにおけるネットワーク型創業と中小企業支援に関する調査研究」財団法人海外コンサルティング企業協会 7

Utterback,James M.（1994）*Mastering the Dynamics of Innovation*,Boston:Harvard Business School Press.（大津正和・小川進訳（1998）『イノベーション・ダイナミクス ― 事例から学ぶ技術戦略』有斐閣）

若林喜三郎（1959）『山中町史』山中町史刊行会

若林喜三郎（1971）『輪島市史』北国出版社

若林喜三郎（1973）『輪島市史 資料編6巻 ― 輪島漆器資料』北国出版社

柳井雅人・松原宏編（2002）『立地論入門』古今書院

山口栄一（2006）『イノベーション破壊と共鳴』NTT出版

山中町史編纂委員会（1995）『山中町史 現代編』山中町役場

四柳嘉章（2006）『漆（うるし）〈1〉〈2〉（ものと人間の文化史）』法政大学出版局

参照 URL リスト

相田工房のホームページ (<http://www.riverside-land.com/index.html>,
2008.03.10)

新家工業株式会社「会社沿革」(<http://www.araya-kk.co.jp/corp/history.html>,
2007.7.26)

原俊彦「外部経済環境の変化が地域産業に与える影響」(<http://www.scu.ac.jp/faculty/hara/std/st2/2.pdf>, 2007.7.7)

平均株価研究会のホームページ「過去50年間の平均株」(<http://justinfo.web.infoseek.co.jp/stock/heikin/heikin.html>, 2008.1.25)

石川県工業試験場(2000)『技術ふれあいミレニアム2000発表会要旨集』<http://www.irii.go.jp/theme/2000/17.htm>, 2007.12.31)

石川県「統計ライブラリー / 24 観光及び文化財観光」(<http://toukei.pref.ishikawa.jp/library/1997.html>, 2007.12.31)

石川新情報書府「輪島塗ホームページ」(<http://shofu.pref.ishikawa.jp/shofu/wajima/index2.html>, 2008.01.18)

ジャパンナイフギルド (JKG) ホームページ (<http://www.jkg.jp/loveless.htm>,
2008.2.28)

加賀市役所「加賀市ホームページ」(<http://www.city.kaga.ishikawa.jp/>,
2008.01.18)

株式会社ニコンのホーム「ページカメラの歴史：ニコンFM3A」(http://www.nikon.co.jp/main/jpn/profile/about/history/d-archives/camera/history10_fm3a.htm, 2008.3.2)

株式会社ニコンのホーム『第14回「ニコンFA」と「ニコンFE2」』(<http://www.nikon.co.jp/main/jpn/profile/about/history/itoko/itoko14j.htm>, 2008.3.2)

経済産業省「白書データベース」(<http://www.meti.go.jp/hakusho/>, 2008.01.18)

経済産業省「一村一品キャンペーン」(http://www.meti.go.jp/policy/trade_policy/ovop/data/symposium060314.pdf, 2008.1.20)

国土技術政策総合研究所(2004)「外部経済評価の解説(案)」<http://www.nilim.go.jp/lab/peg/siryou/gaibu/hajimeni.pdf>, 2008.01.18)

内閣府経済社会総合研究所「特区・地域再生」(<http://www.wagamachigenki.jp/saisei/index.html>, 2008.01.18)

内閣官房地域活性化統合事務局(2005)「地域再生基本方針」<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiikisaisei/housin.pdf>, 2008.01.18)

内閣官房地域活性化統合事務局「地域再生本部HP」(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiikisaisei/>, 2008.01.18)

内閣官房地域活性化統合事務局「構造改革特別区HP」(<http://www.wagamachigenki.jp/saisei/index.html>, 2008.01.18)

野村隆稔・小柳津英知「岐阜県における刃物製造業の現状と課題」財団法人岐阜県産業経済研究センター(http://www.gpc.pref.gifu.jp/cyousa/keikyuu/h11/10_12/hamono/index.html, 2008.2.28)

関アウトドアナイフショウ2007 (<http://www.seki-japan.com/maturi/knifeshow/knifeshow.htm>, 2008.2.28)

主婦連「主婦連のあゆみ」(<http://shufuren.net/modules/tinyd4/index.php?id=2>, 2008.1.20)

首相官邸キッズマガジン「途上国の一村一品運動」(http://www.kantei.go.jp/jp/kids/magazine/0608/6_1.html, 2008.1.20)

山中漆器連合協同組合『山中漆器』(<http://www.kaga-tv.com/yamanaka/>, 2008.01.18)

ウィキペディア「尿素樹脂」(<http://ja.wikipedia.org/wiki/尿素樹脂>, 2007.12.31)

ウィキペディア「カシュー」(<http://ja.wikipedia.org/wiki/カシュー>, 2007.12.31)

謝辞

本研究にあたって多くのかたの御協力をいただきました。ここで深く感謝の意を述べさせていただきます。

山中漆器を扱うきっかけとなった地域システム再生論の際に、見学会を企画してくださった加賀市行政官の皆様、ありがとうございました。このとき、山中漆器の現場を案内してくださった石川県挽物轆轤技術研修所の先生、御苦労様でした。地域再生計画案作成の取り組みの中に、有益な幾つかのヒントがありました。御指導くださった碓谷勝研究員とメンバーの皆様には感謝いたします。山中漆器のお話の一つが、本論文の重要な仮説となっています。寺井直則コーディネーター御協力ありがとうございました。イノベーションを軸に構成すべきという助言が本論文の方向を決定づけました。梅本勝博教授ありがとうございました。橋本敬准教授からは、モデル構築に関して助言を頂きました。緒方三郎准教授からは、漆器に関する助言を頂きました。お礼を申し上げます。論理展開の矛盾を細部まで追求してくださった岩崎敬講師、御苦労様でした。考えがまとまらない段階から、貴重な時間を割いて御指導くださった小林俊哉准教授に感謝いたします。プロポーザル作成の合宿・中間審査と機会あるごとにアドバイスをいただいた中森研究室の皆様、お世話になりました。指導教官を引く受けてくださり、的確なアドバイスとともに最終確認をしてくださった中森義輝教授にお礼を申し上げます。

2008年2月 藤本 睦