

Title	めがね 三國志 - 日本・イタリア・中国 めがね産地 -
Author(s)	
Citation	JAIST社会イノベーション・シリーズ4, 38
Issue Date	2011-01
Type	Others
Text version	publisher
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/9593">http://hdl.handle.net/10119/9593</a>
Rights	
Description	



■中国めがね産地



Copyright © 中国大事典 http://www.allchinainfo.com/

# めがね 三国志

— 日本・イタリア・中国 めがね産地 —

## 3 今後の展望

**現** 在、高品質という「志」で発展してきた日本の福井・鯖江産地は、ラグジュアリー・ライセンス・ブランドという「志」によって高付加価値商品でグローバルに展開するイタリア、労働力を中心とした要素費用の低さによる比較優位を利するという「志」によって圧倒的な規模で量産を続けている中国、この狭間に置かれて苦境に陥っています。そのような中において、福井県眼鏡工業組合の黒田会長は鯖江産地について次のように言及されています。「この産地は、主としてOEM産地で発展した土地柄なので、マーケティングに関しては非常に後れを取っている。作っても売れない時代になるとマーケティング主体の市場となる。そういう中でそのような蓄積、術をもたない産地ということで、縮小に縮小を重ねて今日を迎えているのが実情ではないか。課題は多いが、今後は自分たちのブランドを確立して育てていかなければならない。また、価格で競争するのではなく鯖江だからできるといった独自技術やサービスを開発していかなければな

らない。」マーケティング関連における産地での注目すべき動きとして、各事業者が分離し独自に活動していた鯖江産地にとって社会イノベーションともいべき統一ブランドへの取り組みがあります。売るノウハウ（ブランド構築、デザイン開発、マーケティング等）がない産地事業者を支援すべく（社）福井県眼鏡協会と鯖江商工会議所が主体となって立ち上げた産地統一ブランド「THE291」（ザ・ニー・キュー・イチ、「フクイ」とかけている）です。福井県・鯖江産地はデザイン、鍛造技術、メッキ技術等においてまだ他国が追従できない技術力があります。今後は低価格、ファッションブランドということだけにとらわれず、「高品質」という初志を貫いて高価であっても本当に使いやすい、洗練されたデザインの最高級品質のめがね枠を産地一体となって、それを必要としているお客さまに自らグローバルに販売していくことが期待されます。

## JAIST 社会イノベーション・シリーズ 4

発行 2011年1月

発行所 国立大学法人 北陸先端科学技術大学院大学・地域・イノベーション研究センター  
〒923-1292 石川県能美市旭台1-1 知識科学研究棟Ⅱ7階

■本誌に関するご意見、お問い合わせ

TEL: 0761-51-1839 FAX: 0761-51-1767 E-mail: dento-secr@jaist.ac.jp



本誌は、文部科学省科学技術振興調整費  
地域再生人材創出拠点の形成プログラム  
の助成を得て発行しております。



現在、日本の福井県・鯖江市、イタリア・ベッルーノと、近年発展してきた中国（深セン・東莞、温州、丹陽、アモイ）の3国が、めがねの3大産地を形成しています。この3国の「志」や如何にという観点から、各産地を紹介いたします。そして、今後の福井県鯖江産地の進むべき方向を展望いたします。



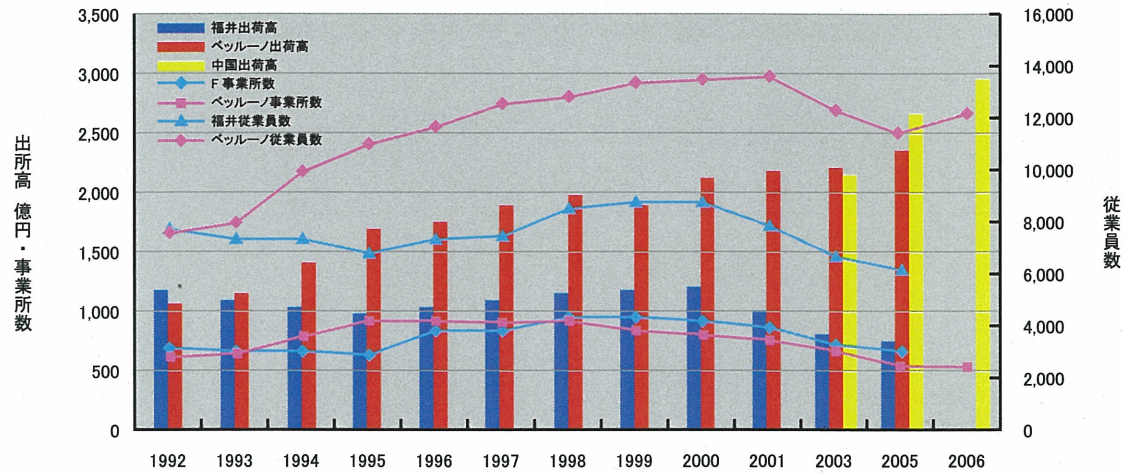
# 1 めがね 3 大産地の「志」

北陸地方に位置する福井県・鯖江市は、日本の「めがね枠(フレーム)」の95%以上を生産する、めがね産地です。製造が始まったのは明治38年(1905)、百年以上経過しているという意味ではほぼ伝統産業です。現在、世界的な規模で見ると、鯖江より少し前に産地が形成されたイタリア・ベッルーノと、近年発展してきた中国(深セン・東莞、温州、丹陽、アモイ)の3国が、めがねの3大産地を形成しています。

“志”には、「心の向かうところ、心にめざすところ」という意味

があります。そして、その先には“行為”が存在します。一般に産地の人々は各人の行動を適合させることにより、産地としての連携的な行為を構成していきます。では、この連携的な行為の過程において3大めがね産地はどのような“志”を形成していたのでしょうか。それは、福井県・鯖江産地においては「品質」であり、イタリア・ベッルーノにおいては「ブランド」であり、中国においては「コスト」でした。

■3大産地出荷高等推移

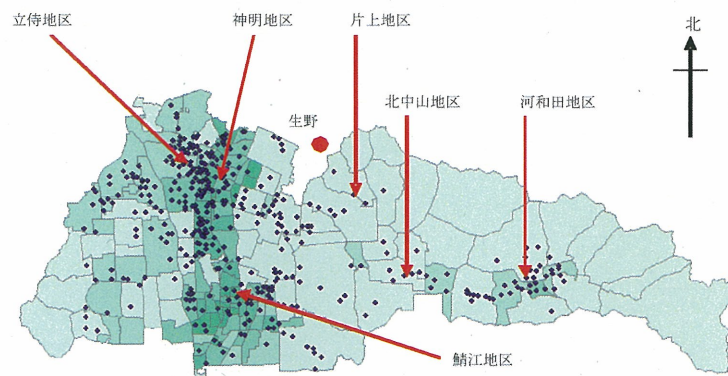


# 2 福井県・鯖江、イタリア・ベッルーノ、中国の各めがね産地の状況

金属製めがね枠の製造工程は、デザインから始まり金型製作、部品製造、リム成形、ロー付け、研磨、メッキ、組み立て、洗浄、検査などおよそ200工程から成り立っています。福井県・鯖江産地は、小規模な零細事業者を中心とした分業制、OEM生産(国内のメガネチェーン店、大手レンズメーカー、販売機能をもつ産地大手メーカー向け等)を特徴としています。もともと鯖江産地は洋銀、真鍮から始まり、セルロイド、アセテート、洋白、ニッケル合金、近年ではステンレス、チタン、超弾性合金など、扱うめがね枠の材質に関しては難加工材の活用で世界をリー

ドしてきました。その中でもチタン材は、80年代前半～90年代前半まで産地の高度成長を支えた画期的な新素材でした。世界初のチタン製めがね枠の成功は、長年産地を潤し、その製造技術は未だに世界をリードしているという意味において、特筆すべきイノベーションでした。その成功は、鯖江産地の事業者に対して従来から存在しためがねの機能性、高品質性追求といったプロダクトアウトの志向、OEM志向に拍車をかけ、デザイン性の追求、マーケティングへの取り組みを遠ざけることにもなりました。

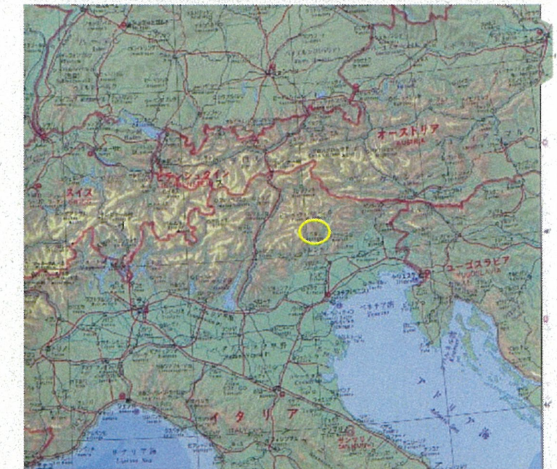
■鯖江市めがね製造/卸事業所分布(地区名は旧来の共同体名)



2007年1月10日タウンページデータ(鯖江市のめがね製造/卸704事業所対象)、及び総務省統計局統計データより作成。人口密度の高い(緑色の濃い部分)地域に事業所が密集しており、居住場所と事業所が同じ小規模な事業所が多いことを示す。

イタリア・ベッルーノ産地は、もともとドイツなどからの下請け的な仕事を請け負って、鯖江と同様に小規模な零細事業者からなる分業制がとられていました。ところが、1980年代の中ごろからルクソティカを中心に、サフィロ、デ・リーゴ、マルコリンの4大企業が台頭してきました。これらの大企業躍進の原動力は、他の業界ではあまり例を見ない極めて特異な状況に依存していました。LVMH(モエヘネシー・ルイヴィトングループ)などのラグジュアリー・ブランド・コングロマリット企業からのライセンス・ブランドです。従来は工業製品であり、医療器具として機能、実用性重視であっためがねを、よく知られたファッションブランド名を借りてデザイン、イメージ重視、ファッション・アクセサリとしてのめがねを創造しました(ファッション化イノベーション)。同時に効率的に機能する一貫生産体制を構築するとともに、鯖江産地、中国産地がなしていない下流統合による製販一体体制を実現し、グローバルに卸・小売販売網を広げ利益率を大幅に高めていったのです。

■イタリア・ベッルーノ所在地



出所：  
<http://mineralhunters.hp.infoseek.co.jp/mozartite.html>, 2009/1/15

■イタリア大企業所有ブランド一覧

企業名	ライセンス・ブランド	自社ハウスブランド
ルクソティカ	ブルガリ、バーバーリー、シャネル、プラダ、フェラガモ、ヴェルサーチ、ドルチェ&ガッバーナ(D&G)、Donna Karan、MiuMiu、ANNE KLEIN、Byblos、Brooks Brothers、Genny、MOSHINO、VERSUS、他	Ray-Ban、Persol、Vogue、Arnette、Revo、他
サフィロ	グッチ、イブサンローラン、ディオール、アルマーニ、ビエール・カルダン、ヴァレンティノ、アレキサンダー・マックイーン、ポッテガ・ヴェネタ、マーク・ジェイコブス、Hugo Boss、パレンシアガ、Max Mara、他	Safilo、他
デ・リーゴ	ジバンシー、セリーヌ、フルラ、フィラ、Switch、Pirelli、Guess、Loewe、Etro、La Perla、Escada、Tommy Hill Figer、Tous、Gant、他	Police、Lozza、Sting
マルコリン	ロベルト・カヴァッリ、モンブラン、Just cavalli、Replay Eyes、Miss Sixty、Kenneth Cole、Tom Ford、Ferrari、Web、Timberland、Cover Girl、他	Cebe、他
アリソン	ベネトン、フェレ、リッチモンド、レ・コバン、Iceberg、Frankie Morello、ダンヒル、他	Try、Try Change、他

中国のめがね産地としては、深セン・東莞、丹陽、温州、アモイが挙げられます。これらの産地が形成されたのは比較的新しく、歴史的に最も古い丹陽でも1970年代からです。中国製めがねは、日本、イタリア製に比べ労働コストの安さという比較優位で生産量を伸ばしてきています(海外向けはOEM主体)。とはいえ、中国の各産地には特徴があります。品質レベルでいえば、高い方から深セン・東莞、丹陽、それから温州です。深セン・東莞地域は、1978年の中国の改革開放政策にともない、香港のめがね企業が広大な土地、安価な労働力を求めて隣接する深センに工場進出するという形で産地化していきました。また、香港に近く経済特区ということもあり、イタリア、日本からも工場進出がなされました。一般に中国のめがね産地は分業制から一貫生産体制に移行しつつありますが、特に深セン・東莞産地は何もなかったところに比較的大資本の外資系企業が進出し一気に立ちあがっていったという経緯もあり、一貫生産体制の企業が多いといえます。また、他の中国めがね産地に比べて最も技術的に進んでおり、イタリアの巨大企業、日本のチェーン店などへOEM供給を行っている従業員が1万人規模の企業も存在します。丹陽は、国営のめがね工場に働いていた技術者が帰郷し、郷鎮企業(地方行政が興した企業)を立ち上げたことが産地

化のきっかけといわれています。特に香港資本と合併した鎮江萬新眼鏡有限公司は、丹陽のめがね生産をリードしてきました。丹陽は樹脂性レンズの製造においても中国の総生産量の70%前後、世界の総生産量の50%前後を占めており、また中国最大ともいわれる眼鏡市場が存在します。温州は、めがね王国と呼ばれ国内生産量の半分を占めています。一貫生産メーカーは少なく地元中小資本が中心で、低価格品の量産を得意としています。たとえ商品で儲からなくても、あとでクズで儲ければよいというような発想であると国内の他産地から評されているほどコスト競争力があり、輸出が80%程度を占めています。アモイは、台湾系資本が多く入り、樹脂成型品、いわゆるプラスチックめがね枠、サングラス生産に特化しています。

中国のコスト優位性は、志というより結果として得られた比較優位といえます。一方、国内の産地間の競争が激化しているなかで、いち早くコスト競争から抜け出て品質で差別化をはかろうとしているのが深セン・東莞地域です。多くの企業が日本などから技術を吸収し、チタン性のめがね枠などの高級品に移行し、またさらなる安価な土地、労働力を求めて内陸部への工場進出しようとしています。