



Tokyo Gakugei University Repository

東京学芸大学リポジトリ

<http://ir.u-gakugei.ac.jp/>

Title	川連漆器産地の構造変化：新たな産業地域形成への模索
Author(s)	上野, 和彦
Citation	東京学芸大学紀要 第3部門 社会科学, 55: 39-47
Issue Date	2004-01-30
URL	http://hdl.handle.net/2309/2793
Publisher	東京学芸大学紀要出版委員会
Rights	

川連漆器産地の構造変化

——新たな産業地域形成への模索*——

上野和彦

地理学**

(2003年8月29日受理)

1. はじめに

地場産業産地は、高度経済成長期において国内需要の量的拡大に対応した生産体制を形成した。それは新たな素材導入による量産的製品転換であり、技術転換による設備近代化¹による規模拡大であった(馬場章, 1981, 1990)。すなわち、地場産業産地は産地外のメーカーあるいは問屋の要求に対応した近代化とコスト削減を迫られ、結果として徹底した分業化を基調とする垂直的な産地構造を形成することになったのである(竹内裕一, 1987)。地場産業産地企業の多くは、需要拡大による利益を享受したことから、こうした産地構造転換を比較的容易に受容した。とりわけ農村の地場産業企業は農家兼業あるいは自給的食糧生産という農村の基盤を持つことから若干の不況を回避するメカニズムが機能し、産地外資本による量産的産地体制の要求への抵抗が少なかったのである(青野壽彦, 1969, 竹内裕一, 1987, 上野和彦・西村龍平, 1991)。

しかしながら1980年代半ば以降、地場産業産地は市場の飽和と生活様式の変化による需要構造の変化、加えて中国等の低価格な海外製品の競争にさらされた。地場産業企業をコントロールしてきたメーカー・問屋は産地への発注量を減少させて影響力を低下させ、結果として地場産業産地はこれまでの受動的立場から転換を要求された。そうはいうものの、これまで直接市場との接触が薄かった地場産業企業の中には、事業の将来に不安をもつ事業者の転廃業が進行したり、さらに次世代(後継者)の参入が減少したりするなど(須山聡, 1995)、産地の縮小や崩壊を生む可能性を増

大させている。すなわち、地場産業産地は1990年代、需要拡大を前提とした量産的産地体制の終焉を告げられ、縮小生産過程における新たな産地構造の再編を迫られることになったのである(上野, 2003)。

一方、産地の危機はそれに依存する地域経済の衰退化をもたらすことから、国および自治体は多様な理論的検討と地場産業の実態分析を試み(「中小企業白書」1997年版)、中小企業(地域)がもつ属性に現代的意義を加え、それに活路を求めた。国は地場産業企業支援のために「特定産業集積の活性化に関する臨時措置法」(1997年)を制定したが、それは「経済の多様かつ構造的な変化に対処するため、特定産業集積の有する機能を活用しつつ、その活性化を促進する措置を講ずる」ものであり、「産業集積」の持つ機能を評価している。この『産業集積論』の活用は、従来型のコスト削減というよりは、産地内に多様なイノベーション企業²の創業促進と技術革新、そして市場創造を引き起こすような産地内部の構造的再編を促し、地域の競争優位を形成するという方向が示されている²。それはまさに縮小生産過程にある地場産業産地を、「産業集積」という新たな視点から見直し、産地内に「競争」と「協調」による多様な“創造”活動を生起させるための処方箋であり、それはフォーダイズムの産地体制からクラフト的産地体制への転換を迫るものであった(M. J. ピオレ, C. F. セーブル, M. E. ポーター)。

しかし、一般に地場産業産地は、これまでである意味で「協調」があっても「競争」に乏しく、産地および企業再生に必要な競争優位の条件を何に求めたらいいか、困惑している状況にある。さらに、産地内部にお

* Re-formation of Japan Ware Manufacturing Industry in Kawatsura District, Inakawa Town, Akita Prefecture / Kazuhiko UENO

** 東京学芸大学(184-8501 小金井市貫井北町4-1-1)

いては量産的生産構造の残存、それを支える保守的な地域社会の構造などが相まって、産地再編成に消極的なまま衰退化する傾向が強い。それはこれまでも事業所、産地組合、そして産地を内包する自治体が、製品開発・市場開拓・後継者育成など、多様な事業を展開してきたが、「事業」効果が出る前に条件変化がおり、結果として産地振興になかなかつながらなかったという挫折感がある。しかし、旧生産体制をそのまま温存したまま推移すれば、日本の地場産業産地はいっそう衰退し、地域経済循環の縮小をもたらすばかりでなく、伝統的技術の消滅という生活文化的価値も失う懸念がある。こんにち地場産業産地は、産地が直面する課題を克服し、産地活性化につながる地域産業政策を提示し、実行できるかが課題となっている（中小企業研究センター編、2003）。

本稿は、衰退しつつある地場産業産地の中にあって産地活性化に向けて、新たな取り組みをみせる秋田県稲川町に展開する漆器産地を取り上げ、地場産業産地再生の一つの方向性を提示しようとしたものである³。

2. 川連漆器産地の生産動向

川連漆器産地とは秋田県雄勝郡稲川町川連地区を中心として、漆器業および関連業が集積する産業地域（Industrial District）をさす。漆器業は稲川町において川連地区（大字大館、川連、三梨）というきわめて狭い範囲に集中しており、それが川連漆器という名称の由来である。2002年秋田県漆器工業協同組合の組合員数は179であるが、その内、大館に88、川連54と2つの大字に79.3%が集中して漆器業の核心地域を形成し、これに三梨を加えれば実に91.1%が川連地区に分布し

ていることになる（表1）。一方、稲川町のもう一つの地場産業である饅飩業は稲庭地区に集中し⁴、漆器業はわずか1軒のみと、稲川町は地区—旧村—ごとに特徴ある地域産業を成立させている。

川連における漆器生産の歴史は古いが、産業として成立するのは江戸中期以降農閑余業として行われてからであり、明治・大正年間には問屋制家内工業からマニファクチャー的産業形態をとり、発展したといわれる（半田市太郎、1961、1981）。第二次大戦後、川連漆器産地の状況を半田市太郎（1960）の調査からみると、1955年に川連地区851世帯の中で183世帯（21.5%）が漆器業関連世帯であり、さらに副業的に漆器業に関連する世帯を含めれば496世帯となり、実に地区世帯の58.1%が漆器生産と関連をもっていたとされ、まさに「漆器のまち」であった。1980年に川連産地は338軒の漆器業および関連業を数え（上野和彦・小泉幸恵・大山絹子、1984）、これは1960年当時と比較して減少しているが、その数は秋田県漆器工業組合加入者であり、かつ、副業的な漆器業者は含まれていないことから全体として1955年頃と大差ない生産集団を維持してきたものと推察される。

さて、川連漆器産地が他の漆器産地より小規模ながらこれまで産地を存続させてきたのは独特の方法で一定の市場を確保してきたことによる。1960～70年代、漆器業者は、見本となる膳・椀を作り、それを大きな風呂敷に包んで東北地方—主として秋田・岩手・山形—、関東の農村地域を回って注文をとり、販売した⁵。その巡回する地域がそれぞれの漆器業者の販売市場であり、他業者との競合を排除すべき範囲であった。当時、東北農村は高度成長期の波に乗って日用消費財の購入も旺盛で、農家の仏事や祭事における什器等を大

表1 川連漆器産地の分布（2002）

地区	計	販売	塗師	木地師	加飾(沈金)	加飾(蒔絵)	仏壇	不明	その他
稲川町	179	25	71	13	2	4	31	29	4
大館	88	15	44	10	2	2	7	8	0
川連	54	6	20	1	16	9	2	54	6
三梨	21	2	5			2	8	4	
宮田	2			2					
稲庭	1							1	
三嶋	1							1	
八面	2							2	
三叉沖	1		1						
県内	7	1	1					3	2
県外	2	1						1	

資料：「秋田県漆器工業協同組合 組合員名簿」2002. 4. 1

量に購入し、漆器の販売あるいは製造卸売業者は漆加工した膳・椀のセットを一農家当たり20-30セット販売し、その代金は多くの場合、秋の収穫時以降に回収した。1979年秋田漆器工業協同組合の流通ルート調査（複数回答）によると、漆器販売業および製造卸のうち、売上げ第1位としているのは、個人を対象としているものが27企業と最も多く、次いで地方卸の17企業、一般小売り11企業であった。その販売地域は秋田県、東北地方（秋田を除く）とするのがそれぞれ43企業と最も多く、次いで関東地方の22企業である。すなわち、川連漆器の流通は、秋田を含めた東北地方を市場とし、その対象の多くが個人向けとなっていたことが特徴であった。この東北地方の農村という地場市場の存在は、川連漆器業を零細ながらも産地として存続・発展させ、一方で大都市集散地問屋の直接的支配を回避し、比較的独立性の強い漆器産地として存続してきた。

しかし、1970年代後半になると地場市場向けの漆器類の販売は停滞し、産地内には漆器から仏壇生産に転換したり、兼業したりする漆器業者も出現しつつあった。そして1980年代半ば以降、これまで川連産地を支えてきた地場市場は冷害や減反政策、農家の生活様式の変化によって著しく縮小し、それに替わる新たな市場開拓に迫られることになった。それが大都市市場である。しかし、これまで大都市市場との接触が少なかった川連産地にとって市場開拓は困難を極めたが、次第に集散地問屋およびデパートなどの小売業、そして各種の催事等へ積極的に参加して大都市の市場へ浸透していった。しかしながら川連産地の漆器製品は大都市市場における知名度の低さからボリュームゾーン製品として位置づけられて低価格化を強いられ、経営維持のためにコストの削減と同時に量的拡大のための生産体制を整備することが必要であった。1980年代までは川連産地にとって市場の変化はありながら生産は拡大し、最盛期を迎えた。そして、1990年代後半からは経済の国際化に伴うきわめて安価な中国産漆器一椀、盆等一の輸入が増大し、低価格製品である川連漆器は大きな影響を受けることになった。さらにバブル崩壊後の不況と大都市市場の縮小は、川連産地における漆器生産の低下をもたらすことになった。

稲川町の調査によれば、1986年に川連漆器および関連の事業所数は186軒であったが、1998年には171軒と減少し、同様に従業員数も600人から536人と減少した。生産額は、1986年に16.5億円から1989年に17.0億円と上昇したが、1990年以降は一貫して減少を示して1998年13.1億円となり、長期低落傾向にある（図1）。これ以降の調査はなく、最近の産地動向を把握する統計

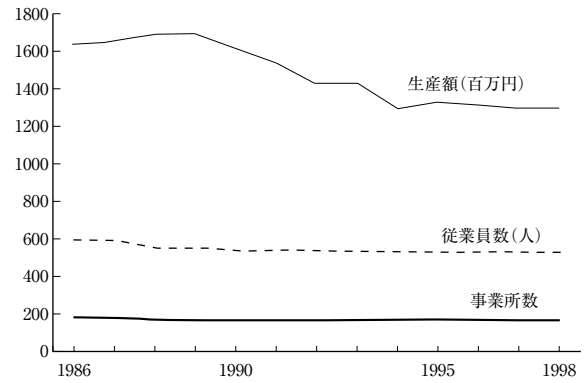


図1 川連漆器産地における漆器生産の推移
資料：稲川町「商工業種別生産高調」

数字は確定していない。1990年代、川連漆器産地において生産額の減少率は事業所および従業員の減少率より大きく、事業所数は維持されながらも1事業所当たりの生産額が縮小するという、「小さくなった杯を産地内で分け合う」という状況となり、小規模化傾向を強めている。2002年4月現在、秋田県漆器工業協同組合の組合数は179軒であるが、この中には仏壇業31軒が含まれ、さらに聞き取り調査等によると漆器生産販売等から撤退したと思われる事業所が29軒がある。また、これまで地場市場を支えてきた産地内の商人も事実上漆器販売から撤退するなど、川連産地は見かけ以上に産地の縮小が進行している。

3. 需要拡大期の産地構造

川連産地は漆器生産に関する機能を分担して担当する多様な漆器業者によって構成される。漆器はまず原料である木材から木地取りをして、それを木地屋が製品デザインに対応して加工する。それに漆を何回も塗り（下地塗り、中塗り、本塗り）、次に必要に応じて加飾（沈金、蒔絵）が施され製品となる。それぞれの工程は独立した事業所や職人によって担当され、いわゆる社会的分業による生産形態をとっている。この社会的分業の中心となるのが製造卸である。

かつて川連産地における漆器生産は、「親方-弟子」という徒弟制によって維持されてきた。この「親方」⁶が製造卸であり、産地における生産・流通のオーガナイザーである。製造卸は数人から十数人を「弟子」として採用し、漆器生産に必要な技術を修得させると同時に、安価な労働力として利用した⁷。そして製造卸は、自らの生産計画と受注によって荒挽業者から原材料を購入し、それを木地業者に賃加工させる。次に下地から上塗りなどの塗工程を自工場内および外注で加工する。この外注先が多くの場合、かつて製造

表2 川連漆器産地事例企業

調査事業所	業種	企業主年齢	従業員数(内家族)	流通・受注
A	製造卸	52	15	集散地問屋、小売り
B	製造卸	54	3(1)	集散地問屋、産地卸
C	製造卸	48	4(2)	集散地問屋
D	製造卸	44	7(1)	小売り・産地卸売
E	製造卸	73	6	百貨店、葬儀社等
F	製造卸	53	1(1)	小売り・産地卸売
G	製造卸	53	4(4)	小売り・産地卸売
H	製造卸	41	3(3)	小売・直売
I	製造卸	52	4(2)	小売・直売
J	製造卸	29	3(3)	農村直売
K	製造	81	2(2)	製造卸
L	製造	65	1(1)	産地卸
M	製造	85		産地卸
N	製造	85		産地卸
O	製造	69	1(1)	製造卸・仏壇業
P	木地	?		製造卸
Q	木地	51	5(3)	製造卸
R	木地	42	1(1)	製造卸
S	木地	74		製造卸
T	木地	60	1(1)	製造卸
U	木地	?		製造卸
V	木地	43	2(2)	製造卸
W	蒔絵	43	2(2)	製造卸

資料：2002年12月～2003年3月の聞き取り調査による

卸の下で修行した後、独立した弟子たちである。聞き取り調査(2003年3月)によると、A、C、E企業(表2参照)は、川連産地の中でも最も伝統的な製造卸であるが、1950年代に5～15人程度の弟子を抱えていて、その中から独立して漆器業を創業し、現在でも産地内で操業を継続している事業所は何軒かあるという。製造卸から弟子が独立する場合、仕事に必要な若干の道具(漆の塗風呂等)の供与と独立資金の貸与、金融機関の保証人、そして独立時の仕事の発注などが、親方としての役割であった。弟子たちは、独立して時

間が経過すると次第に親方からの受注量を低下させ、自ら製造卸として自立するものもいるが、多くの場合、独立後も修業先であった親方とのつながりは深く、専属的な下請の役割を果たしていた。この徒弟制は1960年以降、旧来の弟子という形態から見習い工(従業員)⁸として採用されることになり、次第に変質していったが、製造卸にとって見習い工であったとしてもそれは親方-弟子関係に変わりはない。

こうした徒弟制による漆器生産は、戦後から近年まで続き、川連漆器産地の生産構造を特徴づけていた。とくに高度成長期における農村市場の拡大に対応した量産の体制を整備するにあたって、製造卸は、産地内における親方-弟子あるいは見習い工関係の利用はきわめて当然な手段であった。すなわち、1980年代までの需要拡大に対する川連産地における量産化への対応は、会津あるいは山中、海南のようなPC漆器など素材転換とそれに伴う機械化による量産体制は市場規模と資金的基盤の脆弱さから困難であり、いきおい労働力の集約化による量産体制の整備が必要であった。製造卸は自工場における従業員(見習い工も含めて)による生産と、かつての弟子および見習い工であった事業所を工場外工場としてフル稼働させることによって量産体制を整えたのである。当時、塗工程を担当する従業員や外注の職人は、^{わん}碗の塗りでは、1日当たり200個程度の量をこなすことが「一人前の職人」とされ、製品の付加価値向上より加工量が重視されていた。こうした親方-弟子関係は塗り工程以外の木地および加飾工程においても成立して漆器生産を支える職人が養成されてきたが、生産関係上は塗り工程に見られる製造卸-弟子関係より固定的ではなかった。それは製造卸からの受注量がそれほど多くなく、また、産地内に成長しつつあった仏壇業⁹への参入が比較的容易であり、親方への依存が弱かったことによる。

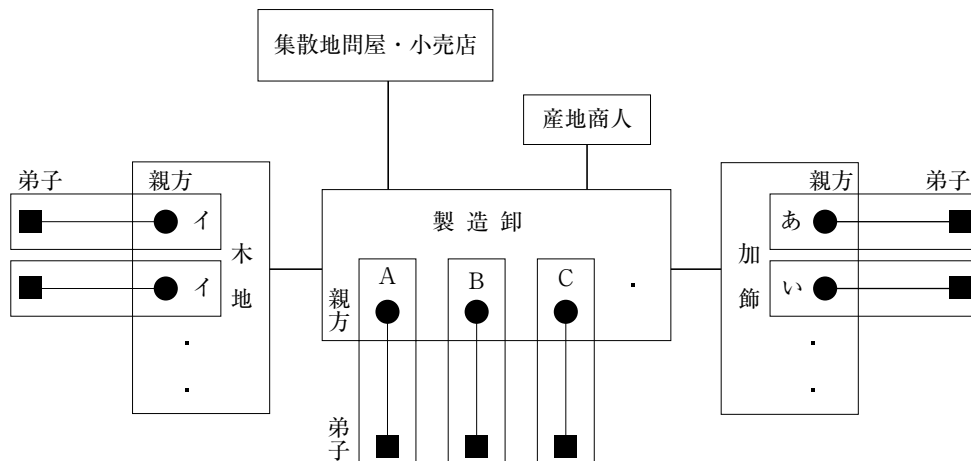


図2 川連漆器産地の生産構造(1) 1980年代まで

かくして川連産地は、1980年代まで製造卸を中心とするやや閉鎖的で垂直的な分業体制を形成していたのである（図2）。

4. 需要縮小期の産地構造編成

4-1 漆器業者の対応形態

川連産地は1970年代後半一部仏壇業へ転換したが、1980年代においては市場を農村市場から都市市場へ転換させながら比較的安定した生産を維持してきた。しかし、1990年以降は著しい農村市場の縮小、都市市場での国内現代的意義を加え、それに活路を求む状況の中で、産地全体の規模を縮小することになり漆器業者の転廃業が進行した。同時にこれまでの徒弟制を基盤とした垂直的な産地構造は次第に機能しなくなり、新たな産地構造の形成に向かいつつある。すなわち、製造卸は需要減少に対応して、自らの経営においてさえ雇用従業員を減少させて家族労働力への依存を高めつつあり、かつての弟子あるいは見習い工への発注が困難となり、いわゆる親方-弟子関係による受注関係が維持できなくなってきた。また、製品においても木製漆器というだけでは中国製品との差別化は図れず、産地を維持するためには製品開発のためのデザインおよび生産技術の向上が必要であり、これまでの徒弟制あるいは量産的技術指向からの離脱が必要であった。さらに都市消費地問屋等からの受注が減少する中で、製造卸および関連業は経営を持續するためには新たな流通ルートの開拓や市場創造を迫られている。川連漆器事業所は一般的に規模縮小を示しながら、それぞれの歴史や業態、販路によって対応形態はいくつかに分かれている。

第1は、現在でも集散地問屋あるいは地方卸を核とした販路を確保し、比較的量産的体制を維持しようとするタイプで、いわゆる老舗・伝統的な製造卸がこれに属する（表2、A～E企業）。これらは従業員も抱え、ある程度の量的販売が必要であり、最も販路の確保が必要な形態である。そしていずれも比較的若い後継者が先代から事業を引継ぎ、販路開拓に力を入れていることが特徴的である。A、D、E企業にみられるように、伝統的製造卸は漆器需要の減少に対応して、次第に雇用従業員を減少させて家族企業へ転換して、経営コスト削減している。そのため製品開発には若干消極的であり、製品生産は旧来の徒弟制を意識した外注に依存しようとする行動体系をもつ。こうした対応形態はこれまでの産地が縮小しただけに過ぎず、新たな「産地」の方向性を示している訳ではない。中には

伝統的な漆器製造卸であるE企業にみるように、農村市場の縮小に対していち早く対応し、デパートに販路をひろげ、さらに都市部の生協とも提携して販路を確保したり、仏壇業にも参入したりするなど、経営の多角化を指向したり、デパート販売スペースには異業種製品も陳列・販売したりするなど、新たな製品・用途開発が進める企業もあるが、一般的ではない。

第2は、新たな製品開発と漆器製品の付加価値性を高め、小売店（ギャラリー・専門店）および消費者への直販を指向するタイプである。F、G企業は伝統的な製造卸ではあるが、経営規模も小さく家族従業員に依存している。販路は大都市であるが、大部分はデパート催事における販売活動やその後の消費者への直販であり、補完的に産地内商人を利用している。H、I企業は、伝統的製造卸から独立した比較的新興の企業であり、いわゆる製造卸とは弟子あるいは見習い工の関係にあった。しかし独立当初は製造卸からの発注があったが現在は全くなく、経営維持のため新たな市場開拓が必要であった。そのためには伝統技術と新たな発想が組み合わせられた製品開発が必要であり、椀・盆などの伝統的工芸品生産を指向すると同時にアクセサリ、インテリアなどクラフト的製品開発を試みている。このタイプの企業にとって産地ブランドの確立は当然のこと、企業における製品開発と技術開発が最も重要となる。H企業は初代がD企業で弟子として修行し、1953年に独立した。現在は2代目が継承し、二人とも伝統工芸士の資格を保持し、付加価値性の高い製品生産を指向している。販路は産地の製造卸もあるが、大部分は東京の飲食業者との直接取引、消費者への直接販売が主体である。漆器製品には生産者の名を刻印し、付加価値性を高めている。近い将来、このタイプの企業にとっていかに産地ブランドを確立し、製品開発と技術開発を継続していくかが課題である。

第3は製造卸の発注を受け、下請的に漆器を生産するタイプで、K～O事業所がこれに該当する。これらは自らの販路を持たず製造卸からの発注が減少したことから後継者も将来展望を描けず、現在の経営者が高齢化して廃業すると、漆器業から離脱する傾向が強い。M企業は85歳と高齢であり、現在でも漆器組合員ではあるが、廃業状態にある。O企業も1953年に本家から独立し、高度成長期には東北農村を市場に漆器を販売したが、需要が縮小してからは漆器と仏壇の塗り加工を小規模に行うだけとなり、後継者は既に漆器業以外に勤務している。

こうして川連産地は需要の縮小に対応して3つの対応形態を示した。第3の対応形態は漆器業からの離脱

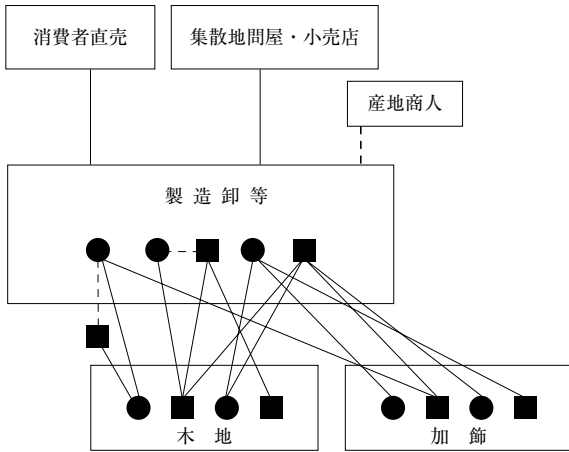


図3 川連漆器産地の生産構造 (1) 1990年代以降

を意味して川連産地の縮小を象徴するものであるが、第2の対応形態は川連漆器業の新たな方向性を示し、第1の旧製造卸群の変容と併せて産地構造の変化に大きなインパクトを与えた。それは、かつての製造卸＝親方を頂点とする垂直的産地構造は崩壊して（石沢真貴，2003）¹⁰、個別の漆器製造業は自らの保持する能力に対応した経営をめざし、それぞれ自立しながら分業体制を維持するという水平的産地構造に移行しつつあることである（図3）。第1のタイプのA企業、第2のタイプのF企業にしても、これまでの生産関係を見直して漆器生産技術水準を指標とした外注企業の選択を行うようになってきている。その結果、伝統工芸士の資格を保持したり、先進的な漆器産地で修行をしてきた技術水準の高い企業へ仕事が集中するなど¹¹、産地内での競争が醸成されつつある。

4-2 産地構造再編への試行

4-2-1 チーム匠21とミッション漆21

川連産地は多様な漆器業および関連業が集中し、需要拡大期には徒弟制を基盤とする産地構造が形成されたが、需要の縮小および経営者の世代交代が進展する中で、高付加価値生産を実現するための産地構造の再編成が必要となった。そして、川連産地が持続的成長を試み、同時に新たなものづくりと市場を生み出す場として、旧来の徒弟制を存続させるような地域社会構造からの転換が重要である。とりわけ、市場創造を伴う製品開発のためには産地内での「徒弟奉公」より、伝統技術・文化の継承と産地外も含めた多様な場での生産技術・デザインを実現する学習が必要であり、生産連関はこうした技術や感性を指標とした関係が重要である。それは産地を構成する資源を柔軟に組み合わせた生産システムの構築であり、旧来の事業所取引関係、人間関係に束縛されない自由な産地編成原理が求

表3 チーム匠21のメンバー構成

	経営者	次世代	計
塗り	4	13	17
蒔絵	3	7	10
木地	—	3	3
仏壇	—	1	1
家具	—	1	1
計	7	25	32

資料：「チーム匠21 名簿」2002年

められていた。チーム匠21（以下匠21）とミッション漆21（以下、MU21）の2つのグループは川連産地の新たな動きを示す。

前者は、1998年に稲川町産業支援センターの支援を受けて始まった若手漆器職人の研修グループである。研修は週1回の漆器生産技術に関する研究会、関連産地視察などが行われている。匠21の構成員は2003年現在32人、その出身業種は漆器生産に関するすべての工程が揃い、川連産地の次世代を担う後継者で、既に世代交代が進み経営者となっているものもいる（表3）。この匠21の活動が産地再編成に果たす役割は大きい。その一つは産地ぐるみの「学習」の場が設定され、伝統的技術の継承が可能となることである。参加者の技術水準は伝統工芸士の資格をもつものから経験の浅いものまで多様である。これらは研修場における交流によって、自らの生産技術向上ばかりでなく他の生産工程に関する技術取得や理解が可能となり、産地全体の生産技術水準向上が図られている。もう一つは匠21に集まる若手職人は業種横断的であり、旧来の徒弟制的な生産関係を払拭して、「学習」、「技術」を生産関係の柱とする意識が高揚されたことである。すなわち、匠21は業種を超え、旧来の人間関係を越えた協調的な「学習」の場であり、同時に「技術」を信頼の基礎とする「競争」の場でもある。

次にMU21は匠21の中から誕生し、イタリアンデザインによる製品開発と市場開拓をめざすプロジェクトチームである¹²。メンバーはSaをリーダーとした7人で、Saはチームのメンバーを産地内で従来「親方」と呼ばれる職人以外で、伝統的工芸品を生産する手法を習得している職人をメンバーとして選択した。Saは以前からイタリア在住の日本人クラフトデザイナーと接触して新たな感性による製品開発をめざしていたが、そのためには製品を構成する技術要素全体のレベルアップが重要であることを認識していたことによる。Saが職人を選択するにあたって、匠21の形成は産地内の漆器技術者の発掘に絶好の機会を与えたの

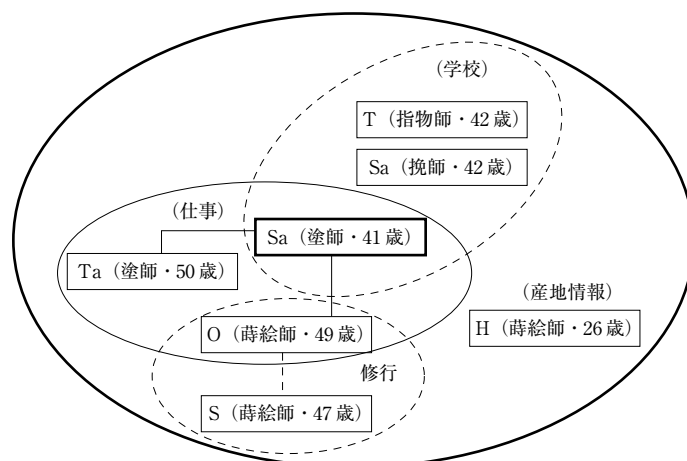


図4 ミッション漆21のメンバー構成

資料：「ミッション漆21名簿」および聞き取り調査

である。

Saは日常的な仕事上において関係があり、その技術水準の高さを認識していた塗師のTa、蒔絵師Oを誘い、蒔絵師Oは兄弟弟子である蒔絵師SをSaに推薦した。また、Saはこれまで面識はないが、漆器産地輪島で修行してきたH蒔絵師（家業は塗師）の技術に注目し、チームに迎え入れた。そして漆器生産の基盤技術となる木地職人は、挽師Nと指物師Tを選じた。挽師Nと指物師TとSaはこれまで仕事上の関係はなかったが、稲川中学校時代の同級生として面識もあり、Saは2人の技術水準の高さは認識していたという。こうしてMU21は産地内においても技術レベルの高い職人集団として結成された（図4）。MU21はイタリアからのデザイン設計を具体的な製品にし、それをとりあえずイタリア市場へ販売することを目的としている。これまでイタリア国内で開催された見本市や東京での内覧会開催など、その製品は一定の評価を得ている。

こうしたMU21の形成と活動は、新たな産地形成の方向性を示したのものとして注目される。すなわち、MU21の編成原理は、川連産地の徒弟制を基盤とした産地構造を変容させ、漆器生産に関連する事業所がそれぞれめざす市場に向けた漆器製品を開発し、それを実現する上で必要な技術を保持する事業所（あるいは職人＝伝統工芸士）が自由に結合するという、いわゆる産地内の生産要素を組み替えるという柔軟な生産体制への萌芽をみせたことである。MU21は伝統的技術と21世紀の感性を融合し、技術や感性を基準とした事業所結合・生産連関の重要性と、同時に旧来の地縁・血縁関係も含めた徒弟制からの離脱を意味している。

4-2-2 うるし屋の女房の研修会

これまで漆器業という家業の中で、それは製造卸、

外注加工業で合ったとしても、女性は補助的な位置を占めるにすぎなかった。しかし、需要が減少し、その対応策としての大都市でのイベント開催と直売が経営維持の中で重要になると女性の役割はきわめて大きくなった。大都市市場等でのイベント開催にあたり、漆器の製作実演は男性職人であったとしても、女性は商品説明・販売を直接担当することが多くなった。女性はこの機会を通して消費者の感性や嗜好を読み取り、その志向性をいかに新製品の開発と販売額上昇につなげるかという発想を持ちつつある。しかしながら川連産地内において女性は依然として家業の補助的位置づけと家をまもる主婦としての役割が重視され、時々得られるビジネス的感性を発揮できず、同時にそれらを持続させる機会にも恵まれなかった。

そこで2002年度「集積活性化事業」の一環としての人材確保推進事業の中で、テーブルウェアの講習会が企画・開催され、製品ラッピングや漆器製品の使用方法について学習した。この講習会は「うるし屋の女房の研修会」と称し、漆器業に関わる女性が集まった。2002年度講習会は6回開催され、毎回30数名の参加者があった。2003年1月（29日、30日）の出席者名簿（延べ72名）から参加者の家業をみると、漆器製造卸、仏壇製造卸、漆器あるいは仏壇販売、工務店、一般会社経営、加飾業、木地加工業、そして漆器工業組合¹³など、まさに産地を構成する多様な事業所の「女房たち」や「娘たち」が集まっている。女性たちはこの講習会の中で、「販売に女性が出て行く」という20年前には考えられなかったことの重要性、そして「家業の発展」、「子どもたちが家業を次ぐ」ためにも「女性が勉強し、自分を磨き、感性を磨く」必要があると認識するようになってきている（2003年8月1日の研修会より）。

こうした女性たちの集まりは、旧来の徒弟制や事業所間の受注関係など、男性を中心に形成されたタテ型の地域社会構造に関係なく、新たな知識獲得および感性を磨くための水平的なネットワークであり、川連産地を新たな方向に導く試みである。しかしながら「うるし屋の女房の研修会」への参加に対して、依然として地域社会の中に抵抗感がある。それは研修会が夜の会合となり、夕方の家事をすべてこなしておかなければならなかったり、姑の関係で出られなかったり、さらには女性が家業の経営に口を出すような契機を作るような会合へ批判的な男性経営者が存在したりする。また、女性の中にも産地における旧来の性別分業関係を肯定するものもいて、新たな女性ネットワークの形成も課題が山積している。それにしても「うるし屋の女房の研修会」が継続的に活動することになれば、川連産地の柔軟な組織編成と持続的発展に大きな役割を果たすことになる。

5. 川連産地変化とキー・パーソン

—おわりに変えて—

地場産業産地が経済変動に対応し、その産地構造を次第に変化させていくのは経済論理として当然の帰結である。しかし、地場産業産地の中には、変化を好まず旧生産体制や古い経営意識を維持しようとする「地域の論理」が強く働き、新たな時代に対応しないまま衰退していくものもある。一方、縮小しながらも産地活性化の方向を示し、地場産業産地再生を果たすものもある。その産地再生の契機を作り、産地企業にインパクトを与える要素として国・地方自治体および各種経済団体の産業政策や地域政策があり、企業家自体の努力等がある。しかし、いかに有効性が見込める政策や企画であってもそれを具体的に動かしていく“人”の存在がきわめて重要であり、それ故、彼ら、彼女らは改革のキーパーソンとなる。川連産地の構造変化において稲川町産業支援センターのS氏、漆器工業協同組合のF女史、T女史がそれにあたる。とくにS氏は、匠21、MU21結成の仕掛け人であり、うるし屋の女房の研修会もS氏のアイデアと命名である。S氏は、川連漆器産地再生の多様な事業を企画・運営し、若手職人のリーダー的存在であり、まさに川連漆器産地のエバンジェリスト¹⁴となっている。一方、F女史、T女史は日常的に組合業務に従事するものの、漆器産地の状況を十分に把握して組合事業の運営、そしてS氏が進める多様な産地活性化事業運営の潤滑油的役割を果たしている。川連産地はいま、キーパーソンの行

動によって「周回遅れのトップランナー」¹⁵をめざした再編成が進行している。

本稿は財団法人伝統的工芸品産業振興協会の産地診断事業の一貫として、財団法人政策科学研究所から東京学芸大学（研究代表者 上野和彦）が受けた奨学寄付金を使用した。調査にあたって秋田県漆器工業協同組合、稲川町産業支援センターおよび漆器製造卸・関連業の方々、そして調査に同行した東京学芸大学高田滋教授、都立小岩高等学校石田典行教諭、聞き取りメモを克明に取ってくれた東京学芸大学大学院生（全光日、伊藤卓）に大変お世話になった。深く感謝の意を表します。

注

- 1 特定繊維工業構造改善臨時措置法（1967年）に見られるように、設備の近代化によって、企業規模の拡大による国際競争条件の整備が試みられた。
- 2 地域内に存在する多様な資源を組み合わせることで産業活性化を試みる方法。地域産業の競争優位を確立する方法として注目されている。
- 3 筆者は大島紬論文（2003）の「はじめに」において、産業集積論を検討するにあたり、さらなる地場産業産地研究の必要性を指摘したが、その後、「産地の構造分析に終始し、衰退化する産地に対してはその活性化に対応する政策論的提示が欠落している」という指摘が多数寄せられた。本稿はこれらの指摘に若干なりとも応えようとした事例研究である。
- 4 稲庭饅頭は、1980年頃はわずか3軒程度であったが、こんにちでは100軒を超え、漆器業から饅頭業へ転業したり、転職したりするものもいる。
- 5 農村地域を巡回する交通手段は初期段階では自転車やリヤカーであったが、次第にオートバイになり、軽トラックに変わった。
- 6 明治末期においては、大館五人衆—佐藤東治、佐藤円吉、佐藤常吉、阿部平助、古関新左衛門—といわれる大規模な親方衆がいた。現在でもその系譜をひく製造卸が存在する。
- 7 親方に弟子入りする場合、中学校卒業後血縁的地縁的つながりからの紹介されて親方の家に住み込み、わずかな小遣い程度で4～5年間修行する。
- 8 基本的に弟子は賃金は支払われないが、見習い工は最低賃金を保証される雇用労働力である。
- 9 川連産地において生産される仏壇は秋田仏壇と呼ばれる。産地形成と構造に関して、石倉三雄の研究（1989）がある。
- 10 原材料である原木の購入や木地加工賃など資金余力の少ない企業は、かつての親方からこれらを提供され、専属の企業ではないにしても強い関係が継続されている。
- 11 とくに塗りの前工程である木地、後工程である蒔絵において発注の集中化が著しい。

- 12 「平成14年度ものづくり基盤技術振興基本法第8条に基づく年次報告」(製造基盤白書), 平成15年6月, p.111のコラム事例3に川連漆器の取組が簡単に取り上げられている。経済産業省ホームページ <http://www.meti.go.jp/report/data/g30620aj.html>
- 13 2003年度秋田県漆器工業協同組合の事務職員数は2人で、いずれも女性である。うるし屋の女房の研修会の事務局を担当している。
- 14 Evangelist. もともとはキリスト教の福音伝道者。川連漆器産地のすぐれた点を広く社会に普及させ、産地活性化を促すという意味で使っている。
- 15 稲川町産業支援センター S 氏談。

文 献

- 青野壽彦「丹後・久美浜町における農村織物業の展開—農村工業地域形成の一事例研究—」『人文地理』21-1, pp.22-60, 1969年
- 石倉三雄『地場産業と地域経済』ミネルヴァ書房, pp.132-170, 1989年
- 石沢真貴「国際化における地場産業の技術伝承と生涯学習—秋田県稲川町の川連漆器産業を事例として—」『平成12~14年度科学研究費補助金基盤研究(A)(1)12351001研究成果報告書』, pp.409-417, 2003年
- 伊丹敬之・松島茂・橋川武郎編『産業集積の本質』有斐閣, 318ページ, 1998年
- 上野和彦・小泉幸恵・大山絹子「会津および川連漆器業の生産構造」『新地理』31-4, pp.9-17, 1984年
- 上野和彦・西村龍平「地場産業地域の形成に関する一考察—播州素麺業地域を事例として」『経済地理学年報』36-2, pp.47-57, 1990年
- 上野和彦・立川和平「大島紬織物産地の構造とその二重性」『東京学芸大学紀要』54, pp.49-62, 2003年
- 清成忠男・橋本寿朗編著『日本型産業集積の未来像』日本経済新聞社, 269ページ, 1998年
- 須山 聡「職人の地域的移動パターンから見た輪島漆器の生産地域の拡大」『地理学評論』66A-10 pp.597-618, 1993年
- 竹内裕一「播州綿織物業地域における社会的分業の進展と農業的基盤」『経済地理学年報』45-1, 1983年
- 竹内裕一「地場産業地域における産業地域社会の構造と機能—播州綿織物業地域を例に—」東京学芸大学附属世田谷中学校研究紀要13, pp.49-62, 1984年
- 中小企業研究センター編『産地縮小からの反攻』同友館 140ページ, 2003年
- 馬場 章「海南・会津における漆器工業の技術転換と生産構造の差異」『地理学評論』54-9, pp.493-512, 1981年
- 馬場 章「静岡・木曾漆器工業地域の技術と生産構造の変化」『地理学評論』59-4, pp.213-227, 1986年
- 馬場 章「鯖江における漆器工業の技術変化と生産構造」『歴史地理学』148, pp.1-11, 1990年
- 半田市太郎「川連漆器の生産概況—川連漆器業史研究序

- 説—」『出羽路』8, pp.2-16, 1960年
- 半田市太郎「明治前期における川連漆器業の展開」『出羽路』(秋田県文化財保護協会)14, pp.6-17, 1961年
- 半田市太郎「明治末期以降における川連漆器業の展開」『出羽路』71, pp.3-13, 1981年
- 松原 宏「産業集積の系譜と『新産業集積』」人文地理学研究(東京大学), 13, pp.83-110, 1999年
- Saxenian. A (1994) Regional Advantage : Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128. Harvard Univ Press (大前研一訳『現代の二都物語—なぜシリコンバレーは復活し、ボストン・ルート128は沈んだか』, 297ページ, 講談社, 1995年)
- M. E. ポーター・竹内弘高訳『競争戦略論Ⅱ』ダイヤモンド社, 355ページ, 1999年
- M. J. Piore, C. F. Sable : The Second Industrial Devide, New York : Basic Books. (山之内靖・永易浩一・石田あつみ訳『第二の産業分水嶺』筑摩書房) 466ページ, 1993年)