調査報告

木曾漆器産地における中国産製品の位置づけ ——伝統工芸の再構築について——

Placing Imported Chinese Products in the Kiso Lacquerware Region:
Reconstructing “Traditional Japan”

謝 陽

XIE Yang

(2011年4月1日受付 2012年7月28日受理)

本研究では、木曾漆器の産地である長野県旧檜川村を対象に、1980年代以降の生産構造の転換と中国産漆器製品との関係を明らかにし、漆器業者による「伝統」の再構築について考察した。方法論として、漆器業者へのアンケート調査と、特定の業者へのインタビュー調査を組み合わせた。その結果、事業所の生産形態、規模、歴史などによって中国産製品の扱い方はかなり異なっていることがわかった。中国産製品を取り入れている事業所は、製造過程の一部に組み込み、販売面では安価品の提供と考えている。一方、中国産製品を排除する事業所は、自家製造のオリジナリティに「伝統」を再発見しようとしている。ゆえに、「伝統」のとらえ方は一元的なものでなく、中国産製品との関係性の中で常に変化しているものだといえる。中国産製品への評価は、必ずしも品質の悪さに帰結することはなく、漆器業者ごとに多様なとらえ方がある。なお、本稿では歴史-地理的な視点をを用いて個人誌に注目し、国境を越えた特定個人間のつながりが、この漆器産地を支えていることを明らかにした。

This study considers the reconstruction of the traditional Kiso lacquerware industrial region, the former Narakawa-mura, Nagano prefecture, Japan, paying special attention to the transformation of production structure with reference to imported low-priced lacquerware made in China since the 1980s. Data collection methods consisted of a quantitative questionnaire survey of lacquerware firms and a qualitative in-depth interview with a specific firm. The results of the survey and interview indicate that the craftsmen do not necessarily have negative evaluations of products imported from China. Their attitudes differ according to the contents of their tasks and the positioning of their work by Chinese lacquerware rates. Craftsmen who utilize Chinese products as part of the production process consider a supply of low-priced lacquerware beneficial; those who do not utilize Chinese products focus on rediscovering “tradition” in the originality of handmade products. The reconstruction of “tradition” is not a unified process, but always varies in relationship to Chinese products. The evaluation of Chinese products does not result from problems with the quality of lacquerware, which shows the diversity of positioning of lacquerware craftsmen. Furthermore, the author clarified that transnational connections between specific individuals could play an important role in regional development in this lacquerware region, with special attention to personal biographies from an historic-geographic viewpoint.

キーワード: 木曾漆器, 中国産, 伝統, ライフストーリー, 地理的スケール
Key words: Kiso lacquerware, Chinese products, tradition, life story, geographic scale

Ⅰ はじめに

1. 問題の所在

1980年代以降、日本の工芸産地では、海外への生産移転や海外からの完成品の輸入などがある一方で、大量生産品の普及によって伝統工芸品の意味が問い直されつつある。この結果、従来の産地内分業構造が変化し、崩壊の危機に直面した産地も少なくない。たと

えば工芸産地では、国内産地間屋による機能連携の崩壊や産地に受け継がれてきた技術の喪失がみられ（石井2003）、中国をはじめ海外から安価な製品が国内に流入することで、日本産製品の価格も低下せざるを得ない（伊藤2005）。経済地理学では、上野(2004)が、量産的産地体制から縮小生産過程における新たな産地構造の再編が緊急な課題だと指摘し、旧来の地縁・血縁関係を含めた徒弟制から、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に移行する方向性を示している。また、石沢(2004)は、製造卸＝親方を頂点とする垂直的産地構造から、個別の漆器製造業が自立しながら分業体制を維持する水平的産地構造へのシフトを指摘する。

以上のように、製造工程の海外依存が国内産地にもたらす影響に関する研究は、主に産地内の生産構造の変化に注目しているといえる。しかし、工芸品の中でも伝統的工芸品を対象とした場合、製造工程の海外依存がもたらす一般的な影響だけでなく、「伝統」をめぐる産地ごとに固有な歴史-地理的なコンテキストを無視することができない。そこで本稿は、漆器産業の特定地域を事例に取り上げ、製造工程の海外依存が強まり、生産構造が変化する中で、伝統的工芸品の産地が直面する「伝統」の維持・再構築過程を明らかにすることで、地場産業研究に新たな知見を提供したい。

日本では、1974年に「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」(以下、「伝産法」と略記)が制定され、国による伝統的工芸品産業の振興策がスタートした。本稿が研究対象とする漆器は、明治以降、海外において“japan”と呼ばれ、日本の伝統工芸の中でも特に象徴的な存在であった。上記法律の施行により、漆器も日本の伝統的産品として「本物性」と「産地表示」が改めて意味づけられた。その一方で、漆器製造に使用される生漆の大半が中国からの輸入品であったり、1980年代以降に新たに始まった中国産漆器(完成品ならびに中間製品)の輸入という現実がある。したがって、これまでの「伝統」には合わない現象として、漆器産地によっては生漆や漆器が中国で生産されたものであることが隠されてしまう傾向がある。中国産漆器は、日本の伝統漆器産地の生産構造と販売にどのような影響をもたらし、そしてどのように「伝統」に組み入れられたのであろうか。

そこで本稿では、第一に、伝統的漆器産地が中国との間でどのような生産関係を持っているのか、第二に、製造工程の海外依存や中国産製品の輸入を産地の個人・事業所がどのようにとらえ、「伝統」の維持・再構築を図っているのか、を明らかにすることを目的とする。

こうした研究目的に適した対象地域として、長野県塩尻市旧檜川村(以後、檜川産地と呼ぶ)を選定し

た。なぜならば、檜川産地では、戦後の日中関係の悪化により漆輸入が途絶した時期にも、日中友好につながる独自の取り組みを通じて生漆の入手を図った、他産地にはない歴史があるからである。中国産漆は日中国交回復の前までのこの産地の「伝統」にうまく融合し、組み入れられ、木曾漆器の中に実質化した(謝2010, 2011)。したがって、その実績を踏まえて、現在産地で繰り広げられている中国産製品との生産関係を明らかにするには格好な研究対象となり得る。さらに、檜川産地は、日中関係のみならず、国内他産地、檜川村、事業所、個人という複数の地理的スケール(Sheppard and McMaster 2004: 1-23)での現象相互を結びつける「場所」とみなすことができ、本稿の目的について興味深い事例を提供することになるであろう。

2. 調査方法

木曾漆器産地に関する既存のデータとして、1982年の駒場学園高等学校の実態調査、2007～2009年長野県産地概況調査調査票、全国伝統的工芸品センターによる伝統的工芸品データベースがあり、一定の数量的分析が可能である。しかし、これらのデータには中国産製品との関係が質問項目に入っていないため、本稿の目的に沿った独自の質問票を作成する必要があった。そこで、2010年7月から8月にかけて木曾漆器工業協同組合に加入している141軒¹⁾の事業所のうち、調査の許可を得られた49軒を対象にアンケート調査ならびにインタビューを実施した。調査内容は、伝統的漆器の生産構造と販売内容、国内他産地との関係や中国産製品の仕入れ状況などである。

他方で、量的調査では平均的な傾向しか把握できず、本研究が取り扱う伝統工芸産地と中国との関係は、事業所、個人によっては回答を快く思わないことも予想され、別の方法論が必要であると考えた。そこで、独自に質的調査も行い、量的調査と組み合わせることとした。

社会学者の見田(1974)は、数量的データが、追体験的な了解可能性の希薄さ、総合的・多次的な把握の困難さ、変化のプロセスや可能性に関する動的な把握の困難さ、の三つのレベルで抽象的だと指摘している。こうした問題を補うものとして質的データが収集され、これによって数量的データに解釈や仮説を提供

するというのである。逆に、質的データの調査で陥りがちなサンプルの恣意性、限定性については、数量的データがコンテキストを与える。また近年の経済地理学でも、量的調査と質的調査の関係について、方法論の議論が進んでいる。たとえば、Clark (1998)は、主流派経済学者の多くが様式化された事実(stylized facts)すなわち経験的規則性を求めたが、地理学者は経験的な多様性を重視してきたという。様式化された事実は数量的データであり、経験的観察の中から意義、関連性、一貫性を重視するものである。これに対してClark (1998: 78)は、質的データとして親密な対話(close dialogue)を方法論として提示し、経験的観察の中から内容、新規性、自主性を探ろうとした。

以上のことから、本稿では、アンケート調査とは別に、特定の事業所、個人に関する親密な対話、すなわち詳細なインタビューを行う。こうした個別の対象者へのインタビューの意義については、社会学、地理学の中で研究の蓄積ができてきた。たとえば、社会学では、ライフヒストリーの方法論がある。桜井(2002: 38)によると、量的調査法はこれまで主に信頼性に重点を置いてきたことに対して、「新しいライフヒストリー法では、分析のカテゴリーはライフストーリーそのものから引き出されるもので、量的調査法のように調査者によって最初から設定された限定的なカテゴリー群は当てはまらず、まったく新しいカテゴリーの創出が求められる可能性もある」という。経済地理学でも、ライフストーリーの研究を在来産業に用いた湯澤(2001, 2002)の研究がある。

地理学では、個人に焦点を当てて、日常生活から生涯レベルにいたる社会-空間構造の組織化を、時空間パスの結合と歴史に依存した過程としての場所として概念化した、プレッド(2004)の枠組が参考になる。プレッドは、歴史に依存した過程(地理的には、場所)の構成要素の一つとして個人誌の形成と社会化をあげ、「個人の社会化(もしくは個人誌の形成)と制度的(または社会的)再生産は、各々が絶え間なく他方を生成しながら、構造化過程の中で弁証法的に織り合わされているので、場所におけるその二つの物質的継続性と時間-空間の流れを引き裂いて離しておくことはできない」(プレッド2004: 157)と説明し、時空間の流れの中で個人誌をとらえることの重要性を唱え

た。

また、個人誌のようなミクロレベルでの分析をマクロレベルでの多様な現象と関連づけるために、グラノヴェッターの社会的ネットワーク論を枠組みとしたい。グラノヴェッター(2006)はネットワーク内の2点間をつなぐ唯一の経路となるような線をブリッジ(bridge)とし、局所的には橋渡しの機能を果たすことがあるが、2点間の唯一の経路であることは現実にはまれにしか起こらないことから、全てのブリッジを弱い紐帯と考えている。個人の私的な経験が、このように多くの「弱い紐帯」を通じてより大規模な社会構造の諸側面と密接に結びついている。

以上のような方法論の検討から、特定の事業所および個人の生活誌(biography)の検討が重要であることがわかる。それは、一つの事業所、一人の個人であっても、社会関係の束として存在しており、同時に、さまざまな地理的スケールを結びつける場所でもある。したがって、本稿は量的調査を踏まえた上に、中国産製品の輸入に重要な役割を果たしている事業所に対してライフストーリーのインタビュー調査を同時に行った。

本稿の章構成は以下の通りである。IIでは、榑川村の集落と木曾漆器の生産の推移を概観する。次にIIIでは、聞き取りを兼ねたアンケート調査から、中国産製品と木曾漆器の生産構造との関係を検討する。IVでは、ある大手事業所経営者のライフストーリーを通して中国との生産関係の構築を跡づける。Vでは、III・IVで得られた事実に基づいて、「伝統」という概念の再構築と中国産製品の位置づけを考察することをもって、むすびに代える。

II 研究対象地域の概要

1. 長野県塩尻市旧榑川村

本研究の対象地域である塩尻市榑川地区(旧榑川村)は、長野県の中部に位置する山村である。村域は南北に長く、その中央を奈良井川が流れている。平地に乏しく、全面積の9割以上が山林原野である。国勢調査による榑川地区の2005年の人口は3,372人であり、贅川、平沢、奈良井の三つの集落を中心に、V字形の木曾谷に沿って居住している(図1)。地形条件

図1 塩尻市栖川地区概略図

Figure 1 Study area: Narakawa area, Shiojiri City

に加えて寒冷な気候から農耕に適さない土地が多く、昔から山仕事に従事する人が多かった（栖川村誌編集委員会1994, 1996）。江戸時代には、村の北部に中山道が整備され、奈良井は宿場町として賑わった。明治時代に入ると中山道に沿って中央本線が開通し、第二次世界大戦後はそれに並行して国道19号が新設された。栖川村は、東日本と西日本とを結ぶ交通の要衝として位置づけられてきた。

2. 漆器製造の歴史と特徴

栖川地区とその周辺地域で製造される漆器は「木曾物」と呼ばれ、約400年の歴史を持つ。その特徴は、堅牢なつくりでかつ価格が安いことである。ただし、栖川産地においても平沢では檜や榎を材料とした堅牢で実用性を重視した板物類が、宿場町として繁栄した奈良井では曲げ物のそば道具や土産品の塗り櫛が主に生産されるなど、集落ごとに製品に違いがみられる。

戦後になると、1949年には栖川産地が通商産業省（当時）より重要漆工集団地に認定された。また、1958年には、産地内で漆器製造に関わってきた四つの組合を統合し、木曾漆器工業協同組合を設立した。組合の統合をきっかけに、栖川産地で製造される漆器を「木曾漆器」と名づけて、そのブランド化を図ったのである。中でも座卓の生産が拡大し、1980年代初頭には生産額の9割以上を座卓の生産が占めるようになった（駒場学園高等学校調査旅行専門委員会1983）。

1980年代後半のバブル景気には活況を呈したものの、その後、漆器業界全体が景気の悪化に伴う需要の減退や消費者ニーズの変化、海外からの安価な輸入品の増加、合板製品等代替製品の増加などの問題に直面した。この時期に、栖川産地においても製品を台所用品や小物類に切り替える傾向が幾分かはみられた。しかし、座卓を中心に大物家具の製造に特化した産地の状況に変わりはなく、消費者ニーズの質的变化に対応した展開は遅れている。

また、栖川産地の特筆すべき事柄として、中国との交易関係を早くから築いてきたことが指摘できる。1958年の長崎国旗事件²⁾による日中関係全体の悪化は、両国間の貿易停止にまで深刻化した。しかし日本の漆輸入は戦前から大規模に行われており、戦後になると漆消費量のほとんどを外国産漆で賄っていた。なかでも中国産漆への依存度が高く、栖川産地においては消費量の95%を中国からの輸入に依存していた。したがって、大量の漆を必要とする大物家具の製造により成長を続けていた栖川産地にとって、中国産漆の輸入停止は産地の存続に関わる事件であったのである。

他の産地では、中国産漆の輸入途絶を契機に代用漆が普及し、従来の漆器業とは異なる「塗物業」という新しい分野が生まれた。ところが栖川産地では、漆器業者と行政が連携して日中友好運動を展開する中で、国内流通問屋を介さずに独自の漆輸入のルートを設けることに成功した³⁾。そして、危機を乗り越えて漆器業を存続・成長させたのである（馬場1981, 1986）。栖川産地でこのような積極的な漆貿易の促進活動を可能にしたものとして、戦前に（栖川村を含む）長野県各地から中国東北部へ多数の開拓移民が渡り、中国での日常生活の経験を持った人々が戦後、多数帰国したこと、また戦後の日中友好運動を支えた全国的な中心人物が長野県出身であったこと、などによるものである（謝2010, 2011）。

しかし、1980年代以降になると、漆器製品自体が中国から輸入されるようになり、全国の漆器産地に新たな試練をもたらすようになった。

表1 調査対象と調査方法

Table 1 The subjects surveyed and survey methods

	賛川	奈良井	平沢
組合加入者数	10	11	110
調査者数	3	2	44
(組合事務局の紹介)	(3)	(0)	(30)
(直接アポイント)	(0)	(2)	(14)
(自宅または事業所訪問で聞き取り)	(1)	(2)	(36)
(アンケート票を渡し、後日回収)	(2)	(0)	(8)

注：括弧内の数字は調査者数の内訳を示している。

III 漆器製造業者の生産と販売現状

これまでの木曾漆器をめぐる議論では、小物生産技術の不足、デザイン開発力の欠如が強調されることが多く、本稿の中心的問題である中国産製品の影響と木曾漆器の伝統の維持との関連は明確ではなかった。そこで以下では、筆者が行った製造実態調査およびインタビューから、中国産製品が産地の維持に与える影響を明らかにし、異なる性格の業者がそれぞれどのように中国産製品に対処してきたかを考察する。

組合加入者141軒のうち、村外にある5軒と木工所・材料店の5軒を除き、131軒を調査の対象とした。事業所の選定は組合加入員の名簿に基づき、49軒のうちほとんどは組合事務局の紹介によって確定したが、筆者が直接アポイントを取り、調査できたところも16軒ある。関係者による推薦と筆者によるランダム・サンプリングを組み合わせたサンプル集団であるが、村内組合加入者の37%の事業所をカバーしている。調査方式は主に自宅または事業所を訪問し聞き取りを行う形であったが、10軒からはアンケート票を渡し、後日回収する形で回答を得た(表1)。賛川と奈良井と比べて、平沢は木曾漆器製造の中心であり、事業所数が他の2集落より圧倒的に多いことから、調査対象も平沢に集中している。

製造実態調査の項目は、主に伝統的漆器の生産構造と販売内容、他産地からの中国産製品の仕入れ状況である。

1. 調査対象の基本属性

表2は、筆者が実施したアンケート調査ならびにイ

ンタビューの対象となった事業所の一覧である。以下では、事業所を業務形態に基づき、A「販売＋製造」、B「販売のみ」、C「製造のみ」とし、その下位カテゴリとして、製造をA I「自家＋外注」、A II「自家」、A III「外注」とするように区分し、それぞれの製造特性を明らかにする。なお、表中で事業所番号の欄が赤色の事業所(1～8)は国道19号線沿いに販売店を設けているものであり、組合の話では地元において力のある大規模事業所が多い。同じく青色の事業所(9～31)は、平沢集落の中心部にあるメイン通りに販売店を持っているもので、規模としては中規模事業所である。緑色の事業所(32～49)は、製造の性格が強く、小規模の事業所である。

業務形態別にみた調査対象事業所の内訳は、A Iが25軒、A IIが13軒、A IIIが6軒、Bが3軒、Cが2軒であり、自ら販売を手掛ける事業所が大半を占めている。このことは、桤川産地において従来の問屋と職人との提携関係が崩壊しつつあることを示唆している。問屋からの仕事の受注だけでは生計を立てられず、自ら消費者ニーズに合わせた製品を製造し、販売に関わらなければならないことを示している。その中で、職人という存在の意味も従来とは異なっており、「作家」と区分が付きにくくなっていると考えられる。

事業主の年齢をみると、40代以下が2人、50代が10人、60代が15人、70代が19人、80代が1人で構成されており、60・70代の高齢者が中心である。創業年が戦前の業者と戦後の事業所がほぼ半々である。年間の生産額について回答が得られた36軒の情報をみると、1億円以上が5軒、1千万円～1億円が19軒、1千万円未満が12軒と、事業所の規模に格差がある。従業員数は、2人以下の事業所が全体の57%を占めており、零細規模でかつ家内工業の性格を持っていると考えられる。また、後継者がいない事業所が半分以上であり、産地として後継者不足の問題を抱えている。なお、後継者が確保されている41%の事業所は、販売に力を入れている事業所が多いという特徴があり、販売機能の大きな事業所では後継者を育てられるが、製造を中心とした事業所では後継者を育てられないという現実がある。

表2 調査対象の基本状況データベース
Table 2 Database about the subjects surveyed

事業所	業務内容	生産規模 (百万円/年)	従業員数	製造部門 従業員数	開設年	事業主の年齢	後継者の有無	小売平均価格帯 (円)
1	A I	1,500.00	48	不明	昭和	70	有	
2	A I	600.00	23	2	1907年	73	有	3,000
3	A I	200.00	12	8	1950年	53	未定	
4	A I	150.00	25	5	1950年	56	有	1,500
5	A I	150.00	12	3	1965年	75	有	5,000
6	A III	60.00	3	0	1961年	55	有	
7	A I	12.00	33	4	1948年	66	有	
8	A III	10.00	14	0	1961年	43	無	50,000
9	A I	63.00	10	8	1967年	52	無	
10	A I	50.00	4	3	大正	60	無	
11	A III	38.00	1	0	1874年	65	無	
12	A I	30.00	7	2	明治	69	有	70,000
13	B	26.00	2	不明	明治	68	無	550
14	A II	24.00	4	3	1897年	61	無	240,000
15	A I	20.00	3	3	1912年頃	58	未定	
16	A I	20.00	2	2	1945年	52	有	
17	A II	20.00	2	1	1958年	52	無	150,000
18	A I	10.00	2	1	江戸	76	有	
19	A I	10.00	4	1	江戸	54	無	7,000
20	A II	5.00	2	2	明治	70	有	
21	A II	1.00	0	0	1946年	70	無	
22	A I	0.24	7	4	明治	38	無	10,000
23	A I	0.14	6	2	1907年	72	有	100,000,000
24	A III		3	不明	1977年	64	有	
25	A I		2	不明	大正	76	有	
26	B		1	0	明治	78	有	
27	B		4	2	明治	65	無	15,000
28	A II		2	2	大正	80	無	
29	A III		2	0	1925年	79	無	
30	A I		2	2	1950年	75	有	
31	A III		1	0	1945年	71	無	12,000,000
32	A I	50.00	2	2	戦後	70	無	
33	A I	30.00	1	1	1955年	67	無	
34	A II	15.00	3	3	江戸時代	62	有	
35	C	10.00	2	2	1970年	58	無	
36	A II	10.00	2	2	1948年	62	有	
37	C	8.00	2	2	1946年	53	無	
38	A II	6.00	1	1	戦後	58	無	
39	A I	6.00	1	1	1950年頃	61	無	
40	A I	6.00	4	2	1970年	73	有	2,000
41	A II	5.00	1	1	1963年	74	無	
42	A II	3.00	1	1	1704年	71	無	20,000
43	A I	2.00	2	2	戦後	70	無	
44	A I	0.40	1	1	江戸時代	63	無	
45	A II		2	2	昭和戦前	61	有	
46	A II		2	2	大正	78	有	
47	A II		2	2	明治	78	無	
48	A I		1	1	1946年頃	69	無	
49	A I		2	2	1955年	52	無

図2 工程別にみる木曾漆器の発注先

Figure 2 Outsourcing counterparts by processing stages
 注: N=47軒. 図の中の数字は複数回答で, 単位は事業所数である.

(アンケート調査により作成)

2. 伝統的漆器の生産構造

次に, 製造工程別に木曾漆器の生産をみる (図2).

木地製造の工程をみると, 木製木地は大まかに板物木地, 曲げ物木地, ロクロ物木地, 削り物木地に分けられる. そのうち板物木地と曲げ物木地は, 自家製造と産地内 (村内) 業者への発注により約70%が確保されている. それに対して, ロクロ物木地と削り物木地は自家製造と産地内発注の割合が17%ときわめて小さく, 産地外 (村外の国内) 発注と中国発注に依存している. こうした傾向は既に1980年代にはみられていたという (駒場学園高等学校調査旅行専門委員会1983). このことから, この産地が昔から製造してきた曲げ物・板物の木地はほぼ産地内から供給されており, その伝統を保持していることがわかる.

下地と塗りの工程においては, 全てにおいて自家製造が多く, 産地内発注と合わせてほぼ産地内で工程が担われている. 一方, 中国への発注は, 下地から中塗りまでの工程にわずかにみられるものの, 上塗りにおいてはみられない. 「木曾は塗りっぱなしで」といわれるように, 塗りの技術に長けた檜川産地の性格が現

れている.

加飾の工程においては, 自家製造の割合が50%を下回っているが, 産地内発注も大きく, 産地内での製造が卓越している. 木曾漆器は, 従来, 素朴で実用的な製品を特徴としており, 装飾を加えないことが多かった. 檜川産地における沈金・蒔絵技術の導入は, 戦後に職人が輪島で研修して習得したことによる. また, 上塗り工程と同じく国内での製造にこだわっているのがうかがえる.

なお, 檜川産地は伝統的な製法を守ってきたが (馬場1986), 合成樹脂素地やもっかん⁴⁾素地, 化学塗料・漆のスプレー塗装の使用やスクリーン印刷・転写による加飾を導入した漆器生産も行われている. 筆者の調査では, 24軒の事業所が伝統的工程によらないで漆器を製造していると回答した. ただし, その生産額が全生産額における割合について, 80%以上と回答したのは3軒のみで, 30%以下の場合が過半数であることから, 木曾漆器の生産構造の中におけるウエイトが高くないといえよう. 工程別にみると, 合成樹脂素地やもっかん素地を, 基本的に産地外他産地に発注している点が特徴といえる. また, 化学塗料や漆のスプレー塗装, スクリーン印刷や転写による加飾には, 特定産地への一極集中という傾向はみられない.

たとえば, 事業所24は伝統的工程ではない製造を発注する割合は10%しかないが, 販売において割合が90%に達している. この事業所は伝統的工程によらないで製造した製品をほとんど他産地から仕入れ, その内容は「全く国内他産地で製造されたもの」だった. 一方, 事業所8のように産地内業者への伝統的工程ではない製造の発注が90%であり, 販売においても90%を占めることは, 産地内での製造により伝統的工程によらない製品の仕入れが確保されていることがわかる. 事業所24はお椀などの小物販売を中心としているのに対して, 事業所8は仏壇などの大きな物を中心としている特徴からみると, お椀などの合成樹脂やもっかん素地の製造が不得意で, 大きな物に化学塗料やスクリーン印刷や転写をする技術がある程度確保しているところが, この産地の伝統とつながっているといえよう.

図3 他産地からの仕入れ内容

Figure 3 Stocking from other lacquer-ware areas

注: N=32軒. 数字は複数回答で, 単位は事業所数である.

(アンケート調査により作成)

3. 中国産製品の仕入れ構造

以上のように, 檜川産地の漆器業者は, 国内他産地に生産構造の一部を依存する傾向がみられる. そこで, 他産地に依存している製品や工程について図3に示した. この図によると, C(製造のみ)の事業所を除くと, 全ての業務形態において他産地から仕入れを行っていることがわかる.

伝統的漆器の仕入れ対象には, ①国内他産地の完成品, ②中国産半製品を再加工したもの, ③中国産製品がある. なお, 伝統的漆器以外の製品の仕入れにおいては, 中国産製品の輸入は少ない. したがって, 他産地から仕入れる製品には中国産のものとその他の国内産地のものがそれぞれ一定の割合を占めており, 中国産のほとんどは伝統的な漆器製造工程で使用される木製品であることがわかる.

図4は, 中国産製品の仕入れルートについて回答が得られた31軒の事業所の内訳を示したものである. 直接輸入の回答はA Iの業者にのみみられ, 回答は4軒と少なかった. 仕入れ先は浙江省, 福建省, 湖北省の武漢市, 上海市であり, いずれも家具や木工品の取引をしている. 産地内の問屋から仕入れている業者も4軒と少なく, 事業所2と組合の二つのルートを使って中国産製品を輸入していた. 輸入商社の利用は, い

図4 中国産製品の仕入れルート

Figure 4 Stocking routes of Chinese lacquer-ware

注: N=31軒. 数字は複数回答で, 単位は事業所数である.

(アンケート調査により作成)

ずれも問屋の性格を持つ販売力の強い事業所が行っており, 逆に製造中心の事業所は利用しない傾向にあった. なお, 全体としては, 国内の他産地から仕入れる事業所が多くを占めており, その仕入れ先としては石川県の山中と福島県の会津が多く回答されていた. 山中はクロコ挽き物木地の製造, 会津はギフト用漆器の製造で出荷量がトップクラスの漆器産地であるが, 戦後プラスチック漆器または合成樹脂漆器の製造も盛んになった. これらの産地は木曾漆器が技術的に不足している小物漆器製品とプラスチック漆器の製造を補っている.

筆者の聞き取り調査によれば, 中国産製品を仕入れ始めた時の様子は, 表3の通りであった. それらの語りから, 中国産製品の技術に対する信頼は乏しいが, 中国産お椀の値段の安さが大きな魅力であるほかに, 身近に利用できる供給ルートの形成も重要な条件であると思われる. 中国産を輸入するルートを持ち, 販売ルートに乗せた他産地の問屋と商社を介して中国産製品を受容した状況は, ほとんどの檜川村の業者にも当てはまる. また, 最初中国産に対して抵抗があったという人と, 喜んで受け入れたと語ってくれた人もいる. いずれにしても, 中国産の扱いに対して多くの業者は受身であったといえる.

次に中国産製品の使用を, 製造, 販売, 外注の業態

表3 漆器業者による中国産製品仕入れ状況

Table 3 Stocking of Chinese lacquer-ware by different craftsmen

事業所	中国産を扱うようになった時期	中国産製品の技術について	仕入れ状況
7	1970年	日本国内産より劣っている。	加飾は日本で売れるのではと思って交易会で買った。4～5年買ったが、レートの問題や関税の問題で3年くらい前から他産地から仕入れて加工するようになった。家具を武漢から月500本仕入れている。
5	1975年頃	日本国内産より劣っている。	中国から直接輸入せず、日本の商社を通して仕入れている。20年前同じ業者が中国製品を扱うようになって安く売れるので、最初は積極的ではなく抵抗があった。
8	1989年	日本国内産より劣っている。	15年前から売れ行きが悪くなった。バブルの崩壊により生活様式が変化した。他問屋から単価の安いお椀が先に入った。山中、会津の問屋が安いお椀を持ってきて、国産椀だと3,000円するが、中国椀だと600円だった。問屋によって物が良かったり悪かったりすることがある。
12	1998年	日本国内産より劣っている。	つい30年前は日本で作るのに500円かかるお椀は中国で5円でできた。当時輸入商社は100円で我々に売った。ここの人は500円で客に売った。とんでもないことが起きてしまうから賛成できない。
4	1985年	不安定	日本の商社を通して注文している。半製品は仕上げに近い状態で仕入れている。木地と塗った状態は20円くらいの違いにすぎないから。
16	1983年頃	素晴らしい。	27～28年前、日本の商社が福建省でお椀を作った。日本で2,500～3,000円で売ったものは中国産で230円だった。組合から仕入れたときは非常に喜んでいて儲かっていた。倉庫に一杯積んで、3カートンあった。

(聞き取り調査により作成)

ごとの割合でみると、そのウエイトは決して高くはなく30%未満の使用に回答が集中している(表4)。これらの事業所では、塗り半製品と完成品を中国から仕入れ、それを再加工するかそのまま販売する事業所が多い。

一方、中国産製品の使用が70%を超えると回答した事業所は3軒(4, 10, 13)であり、いずれも販売を専門としている。事業所4は事業規模が大きく、素地から塗り半製品、完成品に至るまで中国産の割合が高い。また、事業所10では塗り半製品に、事業所13では完成品に中国産製品をそれぞれ使用している。中国産製品の使用割合を30～70%と回答した事業所は4軒(2, 8, 18, 22)である。事業所22は、明治時代創業の老舗であり、小規模ながら現在も職人を抱えて、昔ながらの生産体制を維持している。また、オリジナル商品の開発と製造に力を入れており、個人消費者向けに小物を販売している。この事業所では、素地に中国産製品を使用しているが、半製品では中国産の使用割合が30%を下回り、完成品においては使用がみられない。特に塗りと加飾の工程はより高度な技術を要するため自家製造としている。

事業所2(IVで詳細に検討する事業所である)は老舗の問屋で事業規模が大きい。この事業所では、素地ならびに半製品として使用する中国産製品は少ないが、完成品におけるその割合は50%を超えており、販売のみの製品に中国産製品を使用している。同様に、自家製造を行わない事業所8も完成品の仕入れにおいて中国産製品を30～50%使用している。事業所18は塗りの工程を自家製造で堅持してきた事業所であり、中国産の仕入れは塗り半製品に限っている。

以上のように、事業所ごとに中国産製品を使用する工程、目的、使用量は異なっている。製造に力を入れる事業所では工程の一部に中国産製品を使用するのに対して、販売に重点を置く事業所では完成品を輸入して販売製品とする傾向がみられる。

4. 産地維持と中国産製品に対する業者の認識

これまで、海外生産の展開は日本国内産地の生産機能の低下、問屋組織の崩壊の一因とされてきた一方、産地内で消滅した技術の補完としてプラス評価を指摘する声もあり(石井2003)、これは前節でみた生産実態調査の結果とも符合している。たとえば、中国産塗

表4 中国産製品の割合

Table 4 Proportion of Chinese products in the whole Kiso lacquer-ware

	中国産素地／全ての素地			中国産塗り半製品／全ての塗り半製品			中国産完成品／全ての製品		
	30%未満	30～70%未満	70～100%未満	30%未満	30～70%未満	70～100%未満	30%未満	30～70%未満	70～100%未満
販売＋自家製造＋外注	2	1	1	8	1	2	8	1	1
販売のみ				1					1
販売＋自家製造	1			2			2		
販売＋外注				3	1		3	1	

注：N=27軒。数字は複数回答で、単位は事業所数である。
(アンケート調査により作成)

り半製品の仕入れはある程度、産地として不足していた小物製造技術を補完している。また、大規模の間屋から小規模の個人業者まで中国産塗り半製品の使用は、崩壊している間屋―職人組織への一つの対応策となることが確認された。ところが、木曾漆器というブランドを成立させていくには、「中国産」という表示が妨げとなっていることがある点も見逃せない。

そこで榎川村漆器業者に、中国産製品についての考えと今後産地を維持していく上での取組みを自由回答で尋ねたところ、以下の回答を得た。まず、前者の中国産製品に対する評価に関しては「あまり良いことではない」、「生活していく上で入ってこない方が楽だ」と抵抗感を示している製造業者がいる一方で、「中国産製品をなくしては生活できない。売っていくには貴重だと思う。そのまま売るよりも手を加えて出したものの方が信用性がある」、「国内製品に比べ、安価であるため、消費者拡大には寄与している」、「木地として考えているので、製品の安定につながる」とポジティブに考える業者も少なくない。このように中国産製品への評価にはいくつかの視点がみられており、①賃金の安さからの脅威、②技術と品質が良くなった競争相手としてのプレッシャー、③販売面における安物の提供、④製造面における木地工程および塗り工程へのカバー、の四点にまとめることができる。

次に、今後産地を維持していく上での取組みについては、まず、商品づくりとして、「自分で作って自分で売る、人に頼ってはだめなんだ」、「技術のさらなる

向上とオリジナリティの創出、背景がわかる、物語があるものづくり」、「日本人の持った感性、日本人独特のもの、特性を主張するような違う視点で作ってこう」といった考えが見られ、製品づくりにしても製造環境にしても日本の独自性を強調している。言い換えれば「作家活動」という色彩がますます濃くなる傾向にあるといえよう。後継者問題として、「セールス、営業マンを育成」、「ロクロ物の木地ができる職人を養成する」、「職人の数を増やす」という願望があり、特に木地職人がやめていく深刻な状況がうかがえる。他には、中国産製品がこれから高く売られるようになるという懸念を示し、お互いに交流し商品価値を高める必要があるという考えもある。ここで中国産製品との差別化を図るために「作家」の特色を強めていくという動きが読み取れる。

IV ライフストーリーからみる 中国生産関係の発生と産地の発展

1. 事例の選択

榎川村の漆器業者は、国内他産地での製造構造に中国産の部分がどこまで組み込まれているかについて必ずしも把握していなかった。また、漆器業者は、中国産の使用を明言することをクリティカルな問題と感じ、調査への回答にバイアスをかけたり、反発することが予想された。そのため、木曾漆器の生産構造の中に中国産の割合が低いという調査結果は、データの真

実性というよりも、漆器業者の「態度」を表していると考えたい。言い替えれば、木曾漆器の多数の事業所は、中国産製品を他者化しつつも、安価な中国産の利用を図る中に木曾漆器の「伝統」を考えようとしているのである。

こうした中で、木曾漆器の生産構造における中国産製品の位置づけを明らかにするには、一般化された事実のほかに、多様な形態に注目すべきと考える。前述した見田(1974)やClark(1998)の調査方法論によれば、質的なデータや情報を重視する対話的調査は経済生活の多様性に興味を寄せ、ローカルな環境の深い構造を提示するものであるとされる。具体的な事例を選び、投資慣行と意思決定を理解することを引き起こすツールとして、対話的調査は使えるのである。ここでは、事業所2を事例に選び、そのライフストーリーを調べることが有効であると考え。その理由は、以下の二点にある。

第1に、事業所2は、檜川地区において事業規模が大きく、開設年が古い事業所であるほか、唯一中国で生産活動を行っている事業所である。他の中国産製品を直接輸入している事業所は中国の貿易商を通して工場に発注するが、事業所2は中国で支社を構え、自社の工場で製品を作るという仕組みを有している。その中国ビジネスを戦時中にすでに始め、戦後国内各地に支店を展開し、事業規模を拡大しつつあった(表5)。中国産製品の仕入れルートで村内問屋を選択した事業所はほとんど事業所2から仕入れていることがわかり、事業所2が輸入した中国産製品は自社への供給のほか産地内他業者へも供給している。この機能は中国産製品仕入れルートとして他産地問屋と同じ役割を果たしている。

第2に、事業所2は檜川産地において中心的な地位を占めている。檜川産地の漆器業の持つ社会的特質については、伊藤・宇田川(1985)の人類学的考察がある。それによると、戦前の漆器生産の体制は、多くの徒弟あるいは通いの職人を抱える大生産問屋を中心としていた。問屋は平沢の経済的側面ばかりでなく、社会的・政治的側面での派閥的な中心ともなり、親族、同齡、同好および同世代に基づくさまざまな社会関係や組織が漆器業の発展に寄与してきたと、伊藤・宇田川(1985)は分析している。事業所2の家族系譜はその

表5 事業所2の事業沿革
Table 5 The history of Company 2

年次	出来事
1907	平沢で創業、漆器の生産活動を行う
1936	中国上海工場開設(家具の製造を行う)
1945	終戦に伴い上海工場を閉鎖
1949	京都支店開設
1962	株式会社として法人組織に登録
〃	東京支店開設
1965	松本工場を松本木工団地に移転
1973	九州支店開設
1978	東京配送センター開設
1988	現在地に新社屋完成、商号を現社名に変更
1989	仙台営業所開設
1996	上海工場開設

(聞き取り調査により作成)

ような社会関係の背景にあり発展してきている。初代のS氏が創業し、その長男は本家を継ぎ、事業所19として発展してきている。次男は東京に出て生漆を扱う塗料会社を営んでいた。三男が事業所2を開設し、Y氏はその長男として家業を受け継ぎ、事業を拡大してきた。四男は事業所28を開設した。姻戚関係では、M氏はY氏の妹と結婚し、その後檜川地区に移住してきて事業所7を開いた。同じようにO氏はY氏のところで修業し、Y氏のもう一人の妹と結婚して事業所5を設立した。以上のことから、事業所間の親族・姻戚関係が緊密な社会関係を築いていることがうかがえる。事業所2一族は平沢の漆器業において中心的な地位を占め、しかもその事業の発展が木曾漆器の発展に寄与した面を無視できない。

ただ一つの事例を取り上げることにについて、見田(1974: 187)は「極端な、あるいはむしろ例外的な事例が、他の多くの平常的な事例を理解するための、いっそう有効な戦略データとなる」ことを指摘し、特殊なものの普遍性を発見した。また、桜井(2010)は、多くの語りを収集することによって客観性を担保し、社会的・歴史的現実を確定しようとする考え方に対し、一人の語りでも社会的・歴史的現実アクセスできる可能性があるという。そのため、以下ではライフストーリーの手法を用い、歴史的・社会的・地域的文脈にお

いて事業所2の中国生産関係を分析していく。

2. 事業所2のライフストーリー調査

事業所2と中国との生産関係の歴史は、先代社長のY氏に遡らなければならない。現社長から筆者が聞き取った話⁵⁾では、1934年Y氏は中国に行き商業活動を開始した。京都の取引先が上海で東語という料亭を開き、そこで漆器の修復などの仕事が発生した。Y氏はその修復の依頼を受けて中国に赴いた。軍関係者と親しくなり、軍のための物資の調達などの仕事を頼まれた。最初は家具の生産だったが、後に布地、セメント、電信柱などを扱う商社になった。軍の仕事で大変成功したようで、上海で三階建のビルを建てたという。終戦時にすぐ引き揚げることができず、軍の命令で引揚者のためレストランを3年間経営していた。Y氏は1948年に日本に引き揚げ、1958年に荻村政司、山田平安堂、会津の山田源次と一緒に組合を作り、その後の日本漆器連合会の礎石を築いた。当時、長崎国旗事件で中国産漆が輸入禁止になった後も、北京に行き来して商談を行い、5年のうちに輸入にこぎつけたという。

この聞き取り内容から、Y氏は商売で木曾という場所を越え、日本全国および海外でも大活躍していた人物であることがうかがえる。戦後、Y氏はフィリピン、アメリカ、ヨーロッパ、ブラジルなどにも行き、海外に漆器のビジネスチャンスを探っていた。また、村長選挙で当選したことがあり、地域における地位と影響力がうかがえる。

Y氏は数年前に亡くなり、直接に本人から聞き取りができなかったが、上海工場支配人Zさんに筆者が上海で2010年8月30日にインタビューを行った。事業所2におけるZさんの評価は、会社のホームページからも知ることができる。

「当社は戦前(1936)に中国・上海に家具製造工場を開設しておりました。その時の工場責任者がZ支配人の父親でした。終戦により中国・上海工場の撤退を余儀なくされ工場は閉鎖。しかしZ家との友好はその後続き、Z支配人は来日して当社で20年間修行を重ねました。1996年再度、中国・上海工場を設立完成。上海工場の支配人として親子二代にわたり貢献してくれています。大変心強い存在です」(事業所2のホー

ムページより)。

この記述は、家族間の友好を前面に出し、中国でのビジネス展開と結びつけ評価している。その歴史的な物語は、他の事業所ではみられない、極めて興味深いものである。

Zさんは63歳、上海で日本向け輸出家具を製造し、特に日本のホテル向けの業務用家具が業界で一位と自慢している。両家族の友好について、Zさんは以下のように筆者に語った。

「父は(戦時中に)Yさんと商売したことがある。Yさんは楢川村からたくさんの人を上海に連れてきたが、彼らを信頼していなかった。全ての倉庫の鍵を父に保管させ、父を最も信用していた。父は字を知らないし日本語も喋れない。Yさんも中国語が喋れない。しかし、Yさんは彼らと心が通じ合うといった。彼らは言葉で交流できないが、身振り手振りで完全に相手の意思がわかるのだ。これは大変珍しいと思う。Yさんは中国を離れるとき、父に将来また一緒に商売をやるから待っててくださいといった」

Z氏の話によれば、事業所2の先代社長Yさんは、Z氏の父との間に深い結びつきを作り上げ、そのことが事業所2の上海工場の展開に大きく関係し、そしてバブル崩壊後も事業所2の経営状況を支えることになった。その間、Z氏が20年間にわたり楢川村の事業所2で木曾漆器の伝統技術を学び、それが上海工場開設につながったのである。楢川村で有力な地位を占める老舗の事業所2が、Y氏とZ氏親子との、時代を越えて、国境を越えての信頼に基礎を置いていることは驚きである。

しかし、この信頼が形成された時期である、日中国交回復前の時期、特に長崎国旗事件以降におけるY氏の積極的な行動を、単なる漆原料の途絶という経済目的にのみ帰することは難しい。なぜならば、他産地はもちろん、楢川村の他の事業所は、Y氏のような行動を取らなかったからである。筆者の別の研究によれば(謝2010, 2011)、Y氏と交流の深かった楢川村の方からの聞き取りによって、日中戦争の時期に長野県各地から多くの開拓民が中国東北部に渡り、そこには楢川村の職人も含まれていたこと、さらに戦後の全国的な日中友好運動の中心人物が、長野県出身の政治家であったことなど、戦争と国交断絶という厳しい時代に

行われた中国での生活、交流経験がその行動に大きく影響していることがわかった。

事業所2の先代社長Y氏と現上海工場支配人Zさんの父との間に、どんな友好物語があったかは当事者から直接知ることができないが、その語りからみればY氏は平均的な日本人とは異なり⁶⁾、Z家と持続的に交流し、支援したことはまちがいない。ZさんはY家から家族のように認められ、その恩恵を受けて、事業所2の中国事業の開拓に熱意を注いだ。その深い絆はビジネス成功のキーポイントとなり、その背景には歴史の物語がある。ありふれた海外生産移転事業とは異なり、事業所2の中国事業の成功は、人生の経験、生涯パスと深く結びつき、歴史的文脈の中でつながりを積み重ねてきた。そうした歴史に依存した過程として、楢川村という場所が事業所2の舞台を用意し、そこで木曾漆器の「伝統」が再構築されたといえる。

V おわりに

本稿は木曾漆器の産地である長野県楢川地区の漆器業者を対象に、構造的転換を図っている過程に中国産製品をどのように取り組み、「伝統」を再構築しているかについて、アンケート票による量的調査とライフストーリーの質的調査を組み合わせて分析した。本稿で得られた調査結果は、産地の製造構造の中に中国産は従来の問屋一職人組織が崩壊しつつある中、多様な対応形式が現れ、ゆえに中国産製品のとらえ方も多様であることを示している。以下で「伝統」のとらえ方と結びつけて中国産製品と木曾漆器との関係を考察することをもって、結びに代える。

「伝産法」の頒布、「伝統工芸士」認定制度の実施によって、木曾漆器は国の方針に沿って「伝統工芸」として位置づけられている。これとほぼ同じ時期から中国産製品の輸入が拡大し、漆器産地に大きな影響をもたらした。そこでは、品質問題をめぐって中国産製品の取り入れ方は業者によって分かれている。小物の中国産製品の品質問題がしばしば起こることに対処するため、小売業者は個人消費者向け高付加価値の製品を製造することで自家製造のオリジナリティを強調する。一方、製造卸は小売業者のように個人消費者層の獲得を目指すとともに、ギフト用製品として中国産製

品を下地として再加工し、商品の値段に反映させて自家製造の一部とする。さらに、従来の家具製品の製造を維持している業者は製造卸であるため、業務用品を主としている。前述した事業所2のように中国産製品の輸入は自社製造システムの一環として行われ、製品の品質は家族間のつながりによって保証されている場合もある。産地内の職人の仕事を確保するため、座卓などの和風家具類を産地内で製造し、椅子・ソファなどの洋風業務用家具類を中国工場で製造するようにしている。このように、木曾漆器業者はそれぞれの立場から産地の維持とともに中国産製品への対応を考えている。

アンケート調査の結果から、全体の中に多数を占めている小物製品の製造・販売を主とする事業所の姿が見えてくる。まず、製造構造の中に中国産製品を取り入れている事業所は、木地製造と下塗り部門において中国産製品を使用するが、その割合はそれほど高くない。しかし、日本国内他産地の製造に頼る部分がありある。他産地から入ってきているであろう中国産製品が、お椀といった小物類を中心としているという点から、数量的には木曾漆器の製造構造の中にあまり含まれていないことがわかる。漆器業者が大物製造から小物製造へ転換しようとするとき産地内技術の不如意に直面し、外部からの安価な製品の流入を認めた。この意味から、製品転換を行った業者にとって、最初から中国産製品を木地として不得意な技術の補完策として考えたことがわかる。これらの業者には、中国産製品を下地の部分として扱い、その上独自の創意工夫によって差異化を図っている行動がみられる。また、できるだけ中国産製品を扱わない、または全く扱わない事業所は、個人消費者を対象に製品の販売を考え、自家製造のオリジナリティを主張している。その背景には中国産製品の品質をマイナス要因と評価していることと、量産用の中国産製品を小規模生産で使用する需要が低くなることが考えられる。

一方、質的調査から楢川産地を支えている中国産家具の製造をとらえることができる。家具製造部門においてはバブル崩壊後、多くの事業所がこの分野から撤退したが、まだ維持しているのは大手問屋に限られ、事業所2のように中国産製品への依存がみられる。中国での生産内容が生漆を使わず化学塗料の吹き付けを

していることと、ホテル向けのソファテーブルや椅子を作ることから、単純に生産コスト削減を考えた上での行動だけでなく、桤川産地では製造できない部分を中国に持っていったのである。その影響について、「会社が大きくなっているから、従業員を雇うため、それなりの利益を上げなければならない」、「職人は不満がない。お椀などの小物を売るために、ちゃんと稼いで欲しい」という話もあり、地域の人たちはこの部分の中国産製品の貢献を認めていることがわかる。その現地生産事業は1社のみ行っているが、社会的ネットワーク論からみれば木曾漆器にとっての意義が大きいと考える。

上述のように中国産製品が木曾漆器の中に取り込まれているが、「伝統」をイメージするときの異質な要素として中国産を扱うことは、中国産の質への低評価が大きい。この問題は、もっぱら小物漆器製品についてのものであり、家具製造における中国産の質は問題にされていない。桤川産地では、事業所2とZ家との歴史的なつながりが、製品の質の良さを保持してきたのである。それに対して、他産地問屋のルートから仕入れた小物の中国産製品の製造にはそのような関係性がないため、不安定である問題点がしばしば現れる。製造卸を主要業務とする問屋系の事業所は、中国産製品を製造工程に取り組み、自家製造の一部として消化している。この場合、質の問題が発生したとしても、自家の管理や技術でカバーしている。一方、中国産製品をできるだけ扱わない事業所は、①中国産製品の質の劣化が店の信用を損なうことを懸念して自家製造のオリジナリティを強調するタイプと、②中国産製品を有力な競争相手とみなし、自家の製造のオリジナリティに競争力を求めるタイプがある。そのような事業所は個人消費者向けを中心に考えるという特徴がある。

いずれにしても、木曾漆器業者は「伝統」を主張する際に、中国産製品との関係性を意識しながら行ってきたといえる。前記①のタイプの事業所にとっては、自家の経営規模とものづくり体制を保持しているところで「伝統」だと考えているが、前記②のタイプの事業所にとっては、商品のオリジナリティの創出こそが木曾の「伝統」だと考えている。

改めて「伝統」を吟味すると、1974年の「伝産法」

により伝統的工芸品と指定されたとき、伝統的な技術・技法については、「木曾春慶」、「木曾変わり塗り（木曾堆朱）」、「塗り分け呂色塗」の3種が定められた。「伝産法」事業の一環として伝統工芸士の認定制度が設けられ、伝統工芸士になるにはその三種の技法が試験されるといふ。「伝統というものはそんなに意識していないんじゃない？ 伝統的工芸品とは伝統工芸士の資格を持っている人が作ったものを指す」といふある問屋の話からすると、木曾漆器の「伝統」は伝統工芸士という資格認定制度と関わり、その三種の技術によって具象化されている。したがって、「伝産法」事業による木曾漆器の「伝統」は伝統工芸士のみに意味のある概念であり、それ以外の業者にとっては必ずしも中身のある概念ではないということになる。

歴史で「伝統」を定義するならば、木曾漆器には大きな転換がいくつかある。戦前、素朴、堅牢な台所用漆器製品で名をあげていた。1950年代から座卓をはじめとする家具類漆器製品に傾斜し、その分野で名声を築き上げた。そしてバブル崩壊後、素朴な小物漆器製品に再び注目するようになっていく。漆器業者にとって、具体的な技法に象徴される「伝統」より、創意工夫という精神が木曾漆器の「伝統」だと認識する人が多い。その中に、個々の事業所はそれぞれの位置づけに応じて巧みに中国産製品との関係を活かしているといえる。ここでは、中国産製品をプラスにとらえるにしてもマイナスにとらえるにしても、一種の戦略であり、木曾漆器の「伝統」と共存している。

本稿は、産地の歴史的・社会的文脈における中国産製品の多様なとらえ方に注目することで、これまで中国産製品の良し悪しに関する画一的な評価基準に、もう一つの視点を加えることができたと考える。このように「伝統」の再構築は常に他者を意識しつつ行った相互行為であり、産地の個人・事業所は中国産製品との関係性の中に各々の経営タイプに適した「伝統」を再構築しようとしている。水平的産地構造に変遷しつつある中で、このようなとらえ方はますます多様化していくだろう。

本稿では木曾漆器が中国産の扱い方で多様な形態を持つことを考察したが、今後産地としてどう維持していくかについては十分な考察ができなかった。中国産製品との共存関係をなくしては産地は維持していけな

いが、数ではなくオリジナリティやデザインで差異化を図っていくことにより伝統を維持することが、具体的にどのような形で進められているかについて、さらなる調査研究が必要である。

謝 辞

本稿の作成にあたっては、木曾漆器工業協同組合の皆様をはじめ、榑川産地の皆様から多大なご協力を賜った。心よりお礼申し上げます。また、多くの助言をくださった土川克広氏に厚く感謝の意を表します。本稿の骨子は2011年3月の日本地理学会春季学術大会（東日本大震災により開催中止）において発表認定された。

注

- 1) 木曾漆器工業協同組合ホームページ <http://kiso.shikkikumiai.com/member/index.html> による（2008年7月15日最終閲覧）。組合事務局の話では、加入していない事業所の数を把握していないが、組合加入者数はほぼ総数に近いという。
- 2) 1958年4月30日から5月20日まで長崎市浜屋デパートにおいて、日中友好協会長崎支部の主催で「中国切手、錦織、剪紙展示即売会」が開かれ、会場に中国国旗が掲げられていた。5月20日、関某と名乗る日本人が同会場に掲げられた中国国旗を引き摺り下ろしたため、主催者側は直ちに同人を取り抑え、本件は長崎地検で、器物棄毀罪（刑法第261条）として受理された（外務省中国課1970: 433-434）。
- 3) 1974年に組合が木曾日中貿易会社を設立し、広州交易会で春5t、秋6.5tの生漆直輸入を契約した。
- 4) もっかんは木質複合樹脂をいう。木粉と樹脂を混ぜて型で固めたもので、素地代が安くなり木の感触もある。
- 5) 2010年8月2日に榑川産地において聞き取り調査を行った。
- 6) 筆者は地域の人々にYさんはどんな人だったかと尋ねたところ、「強引なおじさんで大物だった」、「わがままだった。普通の常識では割り切れない人」、「豪快な人」と描写され、普通の日本人とは

違ったタイプの性格だったことがうかがえる。

文 献

- 石井廣志 2003. 工芸産業地域における産地等企業集積の実態調査（第2報）. 東京家政学院大学紀要人文・社会科学系 43: 127-146.
- 石沢真貴 2004. グローバル化にみる地場産業と住民参加の変容——稲川町の川連漆器産業を事例として——. 東北都市学会研究年報 6: 42-54.
- 伊藤亜人・宇田川妙子 1985. 地場産業と村落社会——木曾平沢の漆器産業に関する社会人類学的報告——. 東京大学教養学部人文科学科紀要 82: 1-49.
- 伊藤奈保子 2005. 変わりゆく仏壇・仏具業界——中国沿海部の最近の動向と日本——. 稲賀繁美・パトリシア・フィスター編『日本の伝統工芸再考：外からみた工芸の将来とその可能性』602-616. 国際日本文化研究センター.
- 上野和彦 2004. 川連漆器産地の構造変化——新たな産業地域形成への模索——. 東京学芸大学紀要第3部門 55: 39-47.
- 外務省中国課 1970. 『日中関係基本資料集』霞山会.
- グラノヴェッター, M.S. 2006. 弱い紐帯の強さ. 野沢慎司編・監訳『リーディングス ネットワーク論——家族・コミュニティ・社会関係資本——』123-158. 勁草書房.
- Granovetter, M. S. 1973. The Strength of weak ties. *American Journal of Sociology* 78: 1360-1380.
- 駒場学園高等学校調査旅行専門委員会 1983. 『漆器の里に学ぶ：高校生の見た木曾・榑川村』駒場学園高等学校.
- 桜井 厚 2002. 『インタビューの社会学——ライフストーリーの聞き方』1-42. せりか書房.
- 桜井 厚 2010. 「事実」から「対話」へ——オーラル・ヒストリーの現在——. 思想 8: 235-254.
- 信濃毎日新聞 1979. 『信州の伝統工芸』信濃毎日新聞社.
- 謝 陽 2010. 伝統漆器産地による戦後の日中地域間関係の構築. 人間文化創成科学論叢 お茶の水女子大学人間文化創成科学研究科 12: 297-304.
- 謝 陽 2011. 戦前期の日中貿易を通じた長江沿岸地域の生漆産地の形成. 人間文化創成科学論叢 お茶の水女子大学人間文化創成科学研究科 13: 369-378.
- 榑川村誌編纂委員会 1994. 『木曾・榑川村誌 第4巻 村を築いた人々：近代編』榑川村.
- 榑川村誌編纂委員会 1996. 『木曾・榑川村誌 第5巻 伝統と谷を生かして：現代編』榑川村.
- 馬場 章 1981. 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: 493-512.
- 馬場 章 1986. 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 59A: 213-227.
- ブレット, A. 著, 西部 均訳 2004. 歴史的にコンティンジェントな過程としての場所——構造化と場

- 所生成の時間地理学——. 空間・社会・地理思想 9: 148–167. Pred, A. 1984. Place as historically contingent process: Structuration and the time-geography of becoming place. *Annals of the Association of American Geographers* 74: 279–297.
- 見田宗介 1974. 『現代日本の精神構造』 167–202. 弘文堂.
- 湯澤規子 2001. 結城紬生産地域における家族内分業の役割——織り手のライフヒストリーからの考察——. 地理学評論 74A: 239–263.
- 湯澤規子 2002. 結城紬生産にみる家族経営とその変化——機屋の女性三代のライフヒストリーからの考察——. 人文地理 54: 131–154.
- Clark, G. L. 1998. Stylized facts and close dialogue: Methodology in economic geography. *Annals of the Association of American Geographers* 88: 73–87.
- Sheppard, E., and McMaster, R. B. eds. 2004. *Scale and geographic inquiry*. Malden, MA: Blackwell Publishing.

〈著者略歴〉

謝 陽（しゃ よう）

お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科博士前期課程地理環境学コースを修了後、同大学院博士後期課程に在学中。