

荒木國臣著

転換期の地場産業

ー有松・鳴海・京鹿の子絞りの

経営現代化戦略

【浮世絵にみる有松】

はじめに

毎年6月に名古屋市緑区有松町では、江戸期以来の豪壮な絞商の邸宅が並ぶ旧東海道一帯で、盛大に絞祭が開催され全国から観光客が訪れる。老若男女が集い、豪華絢爛たる絞り製品を前に、オリジナルの絞りのハンカチを制作したり、旧東海道を散策するひとときを堪能する。街道をパレードする華やかなオープンカーに並んでいる名古屋市長とミス絞り娘が纏う総絞りの着物姿を見ながら、私はある種の感慨を覚える。よく見ると、それらの着物には原産地表示がないものの、実は多くがメイド・イン・チャイナないしコリアなのである。

「絞り」とは、絹や綿の布地に糸で「括り」を施して染色すると、その部分のみ染料が浸食せず、凹凸のある独特の模様が浮き出す日本古来の伝統的な古典的染色技法であり、現存する代表的な産地は、京都の「鹿の子絞」と名古屋の「有松・鳴海絞」の二産地であり、いずれも経済産業省の「伝統的工芸品」指定を受けている。

現代日本の伝統的工芸品産業のほとんどは、生産工程を急速に東アジアに移転し、今や純国産品は高級品の分野になり、定番品のほとんどは輸入品となっている。絞りは、日本的な感性が最も要求される民族衣装であり、国際市場を持たない伝統的工芸品でありながら、今や海外生産が主流となり、国内産地は崩壊の危機に直面している。自動車や機械・電気産業という基幹産業に先んじて、絞り染織産業の海外生産がはじまり、韓国→台湾→中国→ベトナム・マレーシアとワンダーフォーゲル的に展開するなかで、途上国の輸出指向型開発経済の戦略産業となったのである。こうした海外生産から最も遠いと思われていた産業が実は最も早く海外進出するという驚くべきパラドックスをどのように解いたらよいのであろうか。

本書は、このような地場産業に誘発されているパラダイム・チェンジともいえる変革を、生産システムのグローバル展開、セル生産方式、異業種交流という3つの側面から検討する。さらに、地場産業の高度情報化をめざす「繊維リソースセンター」と「LPU」に焦点をあて、伝統和装産業の情報化戦略がなぜ挫折や失敗・混迷に陥っていったかを考察し、成熟・衰退型産業と云わ

れる伝統的地場産業が、21世紀に再生していくにはどうすればいいのか、その課題と方向を考える。

主たる分析は、名古屋市の有松・鳴海絞を対象とし、産地で先駆的な経営現代化を試行している絞商をモデルに、将来戦略の可能性を探る。本書作成の過程で、下記の方々を含む多くの方にご世話になり、貴重な助言と協力を得た。記して謝意を表したい。(株)浅井絞社長浅井健次氏、(株)竹田嘉兵衛商店社長竹田浩巳氏、(株)安藤来助商店社長安藤英明氏、京都絞工業協同組合沖津文幸氏、(株)タクマ商店取締役中井保博氏はじめ産地職人の方々。さらに本書の立論に際して重要な示唆を戴いた梶山女学園大学生生活科学部横田澄司教授、長年に渡って筆者の研究生活を指導していただいた名古屋市立大学経済学部教授塩見治人教授のお二人の先達には、感謝の念これにすぐるものはない。

願わくば本書が、全国の伝統的工芸品産業の産地で、献身的に技術と技法を継承されている職人群像と業者の方々へのはげましとなり、伝統的工芸品産業のルネッサンスに連なるならば、私の喜びこれにすぐるものはない。諸賢の忌憚なきご批判を期待する次第である。

絞り着て装う君の袖裏に 新たな世紀の光は宿る

2001年5月 日

荒 木 國 臣

<目 次>

はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

3

第1章 伝統的地場産業論の意義と限界・・・・・・・・・・・・ 5

1) 地場産業とは何か 5

2) 国内完結型地場産業論の限界 10

3) 成熟産業型地場産業論の限界 18

4) 伝統的地場産業におけるスキルとフェティシズム 21

5) 「伝統的工芸品産業振興法」改訂の意義と限界 25

第2章 地場産業のパラダイム・チェンジ・・・・・・・・・・・・ 47

1) 東アジア国際分業システムの構築 47

2) 垂直統合型からセル生産方式へー京鹿の子絞振興協同組合の「総合加工方式」 59

3) 異業種交流と新製品開発ー京鹿の子絞にみる 62

第3章 高度情報化時代の地場産業・・・・・・・・・・・・ 64

1) 情報ネットワーク型地場産業の創出 64

(1) 繊維産業政策の段階区分 64

(2) 繊維産業における情報化政策の展開 65

2) 伝統和装産業の情報化戦略をめぐる混迷 70

(1) 西陣織産業映像情報システムJIN－OVISはなぜ挫折したか 70

(2) 室町「情報武装型卸売業」戦略はなぜ混迷しているか 78

(3) 播州織「先染織物工程情報オンライン・システム」はなぜ失敗したか 81

3) 伝統和装産業における情報化限界論の検討 95

4) 京都染織デジタル・アーカイブ戦略の試行 97

第4章 名古屋市有松・鳴海絞の挑戦ー21世紀内発型発展の模索・・・・・・100

1) 有松・鳴海絞の形成と展開 100

2) 有松・鳴海絞にみる企業家精神の苦闘ー新たな技法開発と製品管理 104

3) 有松・鳴海紋にみる経営現代化の展開	112
(1) バーチャルクラフトタウン構想ー愛知県絞り工業組合の場合	112
(2) 異業種交流と新製品開発ー老舗(株) K商店の場合	113
(3) オリジナル・クリエーション戦略ー工芸作家活動	115
4) 有松・鳴海紋ルネッサンスの可能性はどこにあるか	116
5) 有松町並み保存運動の誘発効果	119
おわりに	129
資料『有松紋来歴調査書草案』(尾張國知多郡役所 1914年東京大学 史料編纂所所蔵)	130
参考文献	135

第1章 伝統的地場産業論の意義と限界

1) 地場産業とは何か

地場産業が脚光を浴びたのは、沖縄返還のなかで成立した「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」（伝産法）を契機とする。この法律の「伝統的工芸品産業」の規定は、「一定の地域で伝統的な技術または技法などを用いて製造され、民衆の生活のなかで受け継がれ、将来も存続される基盤があるもの」となっている。よく似た用語である「伝統産業」や「地場産業」についての一義的な定義はない。地場産業の代表的な定義をあげると、「古くから一定の地域に集まって、同一の立地条件で同じ製品を作り、これを全国販売するもの」（杉岡碩夫）、「外部経済効果の集積に依拠して形成された中小企業の地域集団であり、その市場は全国市場または海外市場である」（清成忠男）、「特定地域の伝統産地に、同一業種の中小零細企業が社会的分業体制により、地域独自の特産品を生産し、全国や海外に販売している」（山崎 充）などがあるが、何れも「伝統」・「社会的分業」・「産地集積」・「消費財」・「生産統括者」等の要素に注目し、そのいずれかに重点を置いて定義している。ただし板倉勝高は、「同種または関連製品の生産や加工をおこなう小規模工業群が、一定地域に集中して形成している地域的産業集団で、集団内部では社会的分業が行われている。なお地場産業という考え方は、歴史性に基づく伝統工業、在来産業という概念とは範疇を異にするものである」（『日本経済地理読本第5版』東洋経済新報社、1991年）として、伝統工業、在来産業を地場産業から除いている例もある（図1参照）。

さて表1は、研究者が地場産業のどの要素に重点を置いて定義しているかを比較したものであるが、「産地集積」・「社会的分業」・「伝統」の三要素が最も重視されていることが分かる。

【図 1 地場産業の分布】（出所：中小企業庁『中小企業白書』）

【表1 地場産業の概念規定比較】（出所：筆者作成）

では、全ての地場産業の定義が例外なくあげている「産地集積」の「産地」とは、どのような意味であろうか。「産地」の古典的な定義は、マーシャルが地域特化企業 Localized Industry 研究でおこなった「(1) 気象や土壌などの自然的条件を共有し、(2) 宮廷の庇護を受け、(3) 統治者によって計画的に導入されたものというもの」という規定にはじまる（マーシャル『経済学原理』）。マーシャルの定義は、西欧絶対王政下で形成された「産地」の特性が強調され、日本の伝統的地場産業にもこのような特性があることは確かであるが、現代の「産地」は、マーシャルの定義ではカバーできない、もっと多様なものになっている。表 1 の「産地」の定義は、地域経済政策との関連で「産地」の意義の違いが露わとなる。

第1は、産地の規模縮小によって、地域経済が危機に陥っているとして、伝統的な産地のシステムを維持していこうとする産地維持論である（下平尾勲・小原久治・石倉三雄）。例えば「地域的視点から、地場産業産地の中小企業を育成強化し、その多くの中小企業が形成している社会的分業を維持、発展させていくことが、地場産業中小企業の一大密集集団つまり産地を振興させることとなり、他方では地域経済の基盤形成に役立ち、それを通じて地域経済の形成促進に貢献する」（小原久治『地域経済を支える地場産業・産地の振興策』P151）と言う主張である。

第2は、産地危機の要因を、伝統的生産システムと製品の伝統性にたいする固執に求め、新製品創造など事業再構築によって打破すべきだという伝統産地限界論である（山崎 充）。山崎氏にあっては、地域の産地集積性は、単なる生産の場「亜工場」であり、産地の空間的な要素は重視されない。産地に形成された社会的分業は、低コスト製品生産には有効であったが、各工程の最終製品に対する責任感を弱める。従って産地の分業制を克服し、一貫生産へ切り替えて高付加価値製品の生産を実現すべきだとする。しかし、社会的分業がイコール低コスト製品なのか、技法や技術の伝承はどうなるのか等の問題は捨象している（山崎充『日本の地場産業』ダイヤモンド社参照）。

第3は、産地限界論と共通しているが、イタリアやフランスをモデルとするデザイン・ブランド優位をめざし、ヒューマン・ネットワークによるデザイン・インを実現するソフト・インフラの整備に重点を置くべきだという先進国型産地への転換論である（清成忠男）。これらの産地論は、産地の地域集積を維持するか或いは一貫生産に切り替えるかは別として、生産工程を基本的に国内で完結させようとする点で共通しており、各れも海外展開による産地空洞化を批判的に評価している。

これに対し、伝統的産地をグローバルに再編成する新たな第4の国際産地論が登場し、地場産業の海外展開と国際的な工程間分業に対応したいわば国際地場産業論ともいべき新たなパラダイムが提起されている（宮川泰夫・椎谷福男・大西広）。筆者は最もこれに注目する。なぜなら、労働コストの極小化による最適立地としての海外移転から、21世紀の情報ネットワークの進展によって、産地集積の空間的な意味が大きく変容すると予測されるからである。このような国際産地論（国際地場産業論）をどのように評価するか、地場産業のパラダイム転換なのか、このパラダイム転換に地場産業の未来はあるのか、ここに現代の地場産業の帰趨を決する分水嶺がある。

そこで最も注意を払わなければならないのは、本書の対象である伝統和装産業は、民族衣装として、他の繊維産業と異なり国内市場しかないという決定的な特徴を持っていることである。このような文化資産に等しいものを海外生産していいのか？、伝統和装の海外生産の目的は、ただ単に低賃金であり進出目的の高度化は絶対にあり得ない、地域を顧みない安易な展開によるモラル・ハザード、海外展開の外部経済性の国内環流などの疑問が生まれる。従って、伝統和装地場産業の国際分業の評価は、製造業の海外展開の一般的な論理とは峻別して考察する必要がある。

この点を踏まえて、国際産地論（国際地場産業論）が登場してきた背景を考察するために、最初に伝統的な地場産業の国内完結型生産システムの特徴と限界を分析する。

2) 国内完結型地場産業の特質と限界－絞り染織産業にみる

明治以降の戦略産業として繊維産業が位置づけられていた段階では、和装染織産業の資本・原料・労働力の生産三要素の調達と市場は、100%の国内完結型であった（海外在住日本人を対象とした少量の輸出はあったが）。このシステムを伝統染織産地である有松絞の産地形成にみてる。

有松は、徳川幕藩体制下のロジスティックスの基幹ルートであった東海道の宿駅である鳴海宿と池鯉埒宿（現知立市）の合宿として、尾張藩が賦役免除と免租をもって切り開いた開発村である。初期の有松は、極めて零細な小農経営であったが、特産物として絞り生産が開発されてから、尾張藩の重点藩製品の指定を受け、その後全国的な産地へ発展していった。有松絞の生産工程と分業システムは図2のように編成され、このシステムは基本的に現代に至るまで継承されてきた。

【図2 有松絞の製造工程と分業構造】（出所:有松絞振興協同組合『有松絞り』）

有松絞の生産システムの特徴は、絞商を頂点とする蜘蛛の巣状の社会的分業からなる垂直統合システム（問屋制家内工業）である。製品の質は、図案作成工程と染色工程及び、最も労働集約的な熟練手作業である括り工程の水準によって決まる。生産統括者たる絞商の利益極大化は、図案原画の秘匿に

よるデザイン優位性にあるが、染色業者には市場の平均的な加工賃を支払うから、もっぱら括織労働力の労働コストを極小化することによって実現される。では絞商は、どのように括織労働力の最適調達をおこなったのであろうか。この括織労働力の調達方法が、実は結果的に括織の国内調達を袋小路に追い込み、結果的に海外展開を誘発し、国内完結型生産システムが崩壊していく最大の要因となった。

括り工程は、糸で布を括っていく手作業による労働集約的な工程であり（幾多の機械化の試行はほとんど失敗した）、家伝的な技法伝達と習熟が要求されるクラフト技能である。このような性格を持つ括り労働力の最適調達は、農閑期の農村主婦を中心とした家内副業的な労働力であった。名古屋市有松絞と京鹿の子絞の産地が、いずれも背後に知多半島と西三河平野、丹後半島という広大な近郊零細農村を配置しているのはこのためである。

伝統工芸士認定制度によって認定されている有松・鳴海絞の伝統工芸士をみると（表2参照）、伝統工芸士（括り織部門）の全員が女子であり、幼児期より母から技法を習得し、学校から下校後に家内で括りをおこない、ほぼ尋常小学校で学校教育を終えて括りに従事してきたことが分かる。

【表2 有松・鳴海絞伝統工芸士認定者一覧】（出所：鳴海絞振興協同組合

『鳴海絞り』）

名古屋市近郊三好町福田に暮らすBさん（78歳）は、次のように云う。

「尋常小学校入学前の7、8歳からこども達が集まって括っていた。叔父が絞商で、母親から見よう見まねで覚えた。小学校入学後も放課後集まって括りをやり、靴下を買うぐらいの小遣いを手にしたので楽しかった。親も勉強やれとは一切云わず、高等科へいく生徒は少なかったし、こどもも大人と同じ立派な稼ぎをあげた。私は、巻上絞の技法で、男も巻上絞や皮巻絞をやり、母も父も夜遅くまで副業としてやったが、こどもは夜はやらなかった。今でも絞りをやっている人がいるが、ほとんど80歳から90歳でみんな元気だ。5、6年前から注文が減り始めて、今年はほとんど注文がない。このあたりは、百姓が主で米、麦、野菜をつくり、副業として絞りをやった。トヨタが来てからだんだん百姓が減って、今は田畑は役場に預けて他人に耕してもらい、外へ働きに行く人が増えた。絞りの日当は、柄や技法によって一概には言えない。昔は、1銭から10銭ぐらいまであり、反物は1単30銭になった。現在の工賃は、1日500円から1000円（ハンカチ）で、1000円だと朝から夜までやらないといけない。工賃は、取次人がこれぐらいでやってくれと決めてくるので、こちらからは言えない。不良品は弁償しなくていいが、工賃が下がったり次から注文が来なくなる。工賃は加工して製品を渡すときに呉れる。今はお情けでやらしてもらっているようなものだ。この町は藁細工のほが多かったが、一枚5銭で下手なら三銭と括りと同じぐらいで、藁は1日3枚から10枚ぐらい編んでも良い稼ぎになった。括り糸は自分で買い取る場合もあるが、もらう場合もある。いまは、そろそろ括りをやめようかと思っている」（1997年8月聴取調査より）。

1日働いて500円から1000円とは驚くべき低加工賃であることがお分かりだろう。なぜこのような低加工賃となるのか、有松の絞商A社長が扱うハンカチの原価構成をみる（1997年実施ヒアリング調査から）。ハンカチの小売価格を平均的な1000円に設定するためには、製造原価を約半額に抑える必要がある。ところが製造原価にしめる工賃の比率は5分の1が括り工賃であり、500円程度となる。ところがハンカチ1枚の括りに要する時間は、ほぼ8時間程度であり、従って彼女たちは8時間の作業に対する対価が500円程度となり、コン

ビニの時給と変わらない恐るべき低加工賃となるのである。

【1997年度ハンカチ（千円）国内生産の原価構成】（1998年聴取調査より）

この1997年の原価構成には、生地仕入れ費が計上されていないのでさらに絞商の利潤率は低下するが、市場不況の時には販売価格を低く設定せざるを得ないので、従来の利潤率（20%前後）を維持するためには、さらに括り工賃を削減せざるを得ない（表3参照）。一方で高度成長期以降、主婦のパート工場労働化が進み、主婦の農家副業は次第に衰退し、絞りの加工賃を相対的に高くしても若年層は応じなくなり、括り労働力は減少していった。

【表3 有松・鳴海絞加工賃の推移】（出所:愛知県絞工業組合資料より筆者作成）

括り労働力減退に対応して、例えば京鹿の子絞産地では、近郊農家主婦労働力から被差別部落労働力へ、さらに在日朝鮮人労働力や身体障害者労働力へと、次々と国内の縁辺労働力の調達へと向かったが、それも限界に直面する。

このような国内の縁辺労働力の絶対的な限界は、東アジアを中心とした海外労働力の調達を選択せざるを得ない必然性をもたらした。なぜ東アジアであるのか？ 実は東アジアは、日本の伝統的な絞り染織と共通した染織製品を歴史的に生産してきた産地であり、同時に日本と比較して労賃コストの圧倒的な比較優位性を持っていたからである。

例えば鳴海絞商A社の中国委託で、原価16万円のシルク絞り製品の工程別コストは、括り工程のみを中国に委託している場合、表4のようになっている。総加工賃に占める括り加工賃（中国支払い分）は、中国への委託によって15%程度に低下し、絞り商の期待利潤率は維持できる水準になる。

【表4中国委託工程別コスト】（出所：1997年筆者聴取調査による）

こうして国内完結型生産システムの「括り」工程から海外移転が始まったのである。今や国内に括り労働力を求め、絞りの国内生産を復活させる可能性は、一部の工芸作家活動を除いては皆無であり、従って国内生産完結型地場産業論の有効性は絞りに関する限り、実態としても理論としても成立し得ないのである。絞業の海外委託の段階を図式的に整理すると、[国内完結型]→[労働集

約工程の移転]→[技術集約工程の移転]→[複合的移転]となる（図3・4・5・6参照）。

【図3 国内完結段階】（出所：筆者作成）

【図4 労働集約工程の移転－韓国】（出所：筆者作成）

【図5 技術集約工程の移転－韓国】

【図6複合的移転－韓国・中国】

絞りの海外委託加工は、100万円以上の部分については通商産業省の承認制となっている。同省の生活産業局が把握している1992年（平成2年）から1996年（平成8年）までの承認件数の推移は、次のようになっている（表5参照）。1992年（平成4年）に輸出・輸入額とも急減しているのは、原材料を輸出する委託加工形態から海外原反を使用した完成品の輸入へと絞り貿易の転換が起こったことにある。

【表5 委託加工のうち織物の絞り加工に関わる承認件数】（出所：1997年実

施通産省生活産業局聴取調査による筆者作成）

以上の日本絞業の東アジア委託を、日本経済のグローバル化の中
位置づけると、次のように整理される（表 6 参照）。

【表 6 日本経済国際化と絞り産業の変容】（出所：筆者作成）

3) 成熟産業型地場産業論の限界

「成熟産業」の「成熟」とは何を意味するのであろうか。日夏嘉寿雄は、「成熟化とは、経済や経営の現象、特に技術や需要、企業、産業などの状況が最も充実した段階・時期に変化していく、あるいはそのような状況に到達していく様から、さらに次の高次元の段階に進めず、むしろ停滞・低迷状況に陥っている事象を指す」とし「具体的には、経済や経営の主要指標の伸び率（成長率）が鈍化している、低迷化してきた状況を指す」とし、成熟化＝衰退化の前段階と規定している（日夏嘉寿雄『成熟産業における戦略展開と経営資源』ミネルヴァ書房、1997年）。

こうした成熟産業論は、製品ライフサイクル説（開発期→成長期→競争期→成熟期→衰退期）のS字型カーブとして把握され、製品の限界普及率（一世帯当たり普及率）や代替製品出現率によって実証される。また戦略産業を指定する産業政策をとると、政策的に産業構造が組み替えられて、成熟産業や衰退産業が必然的に派生する場合もある。成熟産業論の基本にある論理は、産業自身に高付加価値産業と低付加価値産業があり、産業構造は低付加価値産業から高付加価値産業へ必然的に移行するという論理であり、成熟産業型地場産業論の主張もここにある。こうした成熟産業型地場産業論の論理は、そのまま伝統和装産業にも適用できるだろうか。

ある商品の使用価値は、機能的側面（衣服は寒さを防ぐ）と非機能的側面（着物で美しく装う）がある。伝統和装製品の使用価値は、非機能的側面の高付加価値化がすべてであり、その意味ですぐれて感性的なファッション産業である。こうした付加価値性は、産業自体に付加価値の差異があるのではなく、その製品単位にある。従って、伝統和装産業の海外移転は、その産業自体が低付加価値産業（成熟衰退産業）だからではなく、その産業の低付加価値製品分野が移転するのである。こうしてその産業での棲分け水平分業が生まれ、その棲み分け水準も次々と高度化していく。

伝統和装産品の高付加価値性は、繊細な日本的感性に溢れたデザインとそれを製品化する高度のクラフト技能にあり、これは数値化できない属人的な工芸文化である（着ごごち、ぼかし、風合い、デザイン、目利き等）。伝統和装製品は、マニュアル化可能な一般製造業とは異なり、「職人」の習熟したスキルに勘のような独創性が働いてできる文化産業化である。もちろん伝統和装産業も、素材の機能的付加価値性を追求してきたが（収縮率の少ない生地、立体的な細かい裁断、紫外線で色が変わる繊維、吸水スピードが速い繊維、形状記憶合金との連携など）、本質的な差異化はあくまで感性的側面にある。

このような伝統和装産業の特性は、一般製造業にみられるような製品のライフサイクルを持たない。つまり伝統和装産業は、時々の和装需要の浮沈の影響を免れることはできないが、決して「開発期→成長期→競争期→成熟期→衰退期」といったライフサイクルはなく、この点で成熟型地場産業論の論理を伝統和装産業に機械的に適用することはできない。最後に日本の絞り染織産業史のなかで、絶えざる技法開発と製品開発によってその時々の和装不況を乗り越えてきた過程を整理し、それが未完の連続的な成熟への不断の過程であったことを示す（図7参照）。

【図7 日本の絞り染織産業の技法開発】（出所：絞り業組合資料を基に筆者作成）

4) 伝統的地場産業におけるスキルとフェティシズム

伝統的地場産業産品特に和装産品は、家伝的或いは秘伝的とも云えるクラフト技術の結晶とした工芸的生命体という特性がある。そこには人格とモノが渾然と解け合うフェティシズムともいうべきクラフト性がある。ここでは、最も工芸的な工程を担う職人の肉声に耳を傾けてみよう。

「わたしたちは、義務教育さえ受けておりません。もし私が小学校6年の時に、学校を辞めないで仕事を始めなかったら、家族は食べていけません。6年生になる前だって、もう緯糸を巻く仕事をしていました。我が家の家業は機織りで、私は織機の音を聞きながら育ち、大きくなると意志に反して強制的に織手にさせられました。10歳の時に母が亡くなり、父を手伝わなくてはならなくなりました。1人の姉と3人の弟がおり、祖母が私たちを世話してくれました。正式に織手として仕事を始めたのは17歳の時でしたが、いまだにつづれを織っています。祖母も織手でしたが、あまり仕事を好まず結局やめてしまいました。私も、機織りに抵抗がありましたが、徐々に好きになり今では誇りにさえ思っています。女性織手のなかには、夫の準備作業をするだけの人がいますが、私は夫と全く同じ仕事をしています。私は、自分自身のためにも何かを成し遂げたいと思いながら織っています。ところで、私も家事が大好きでインスタント食品は絶対に使いませんし、家族のために自分でセーターを編んだり、服を縫ったりしています。また子どもたちにもそうするように教育しています。外で働くのも結構ですが、家族の世話もすべきだと思うのです。よくできる女性というものは、決して仕事（職）だけで満足するものではありません。」（F氏53歳女性）

「工場にきている間、時間は私のものです。家では、姑、夫、私みんなで仕事をします。夫は、始終私に手伝ってくれと言って、私の仕事を中断します。家事もいろいろやらねばなりません。そのうえ口をきくといったら、姑と夫しかおりません。工場では、休憩の時にみんなとおしゃべりが楽しめます。」（I氏40歳女性）

「60年も機織りをやりましたが、まだ私は楽しんでます。もしやめてしまったら孫の子守しかありません。60年も続けてきたので背中が曲がって職業病になっています。レントゲンも撮りました。痛みもありますが、仕事を始めると平気で、痛みも消えてしまいます。織ってさえいと快適なのです。きっと体がそうってしまったのでしょう。60年もやっているのに、すべて分かったわけではありません。西陣織を織るには、深い知識が必要でいまだに勉強中です。完璧に仕上げたことは一度もなく、常にどこか気に入らない部分がありました。ですから、織物は精神鍛錬なのです。つまり何のミスもなく、完璧なものを織ろうとするので、私は前向きに生きていけるのです。」(N氏53歳女性)

「うまくいった製品をみる時は、本当に嬉しいものです。西陣の人は死ぬまで学び続けるのです。常に違った図案を手がけるのですが、図案を受け取るとまずサンプルをつくり、そのできばえを見ます。私の年齢になると、どんな注文にも応じることが出来ます。自信さえあれば、新しいもの、変わったもの何でもござれです。それでもなお困難に遭遇することがありますが、注文を受けたときにそれは作れませんとは云えません。」(S氏47歳女性)

ここには、職人と技能との同一化、人格が技能を媒介に製品に映し出され、製品が自分の結晶とみなされるフェティシズムの極地がある。伝統染織品は、自分の技能のみによって製品の生命が決まる。しかし織手は、織元のデザインを織り上げるという絶対の限界線を一步も越えてはならず、職人の意志は絶対に企画に介入してはならない。どのように高度な技法やワザ、ひらめき、精錬もただ一つの原画に絶対の忠誠を尽くさなければならない。彼らは、織元に従属する織手に過ぎないのである。だからこそ仕事に全精力を凝集させるときに、意識は一時的に生産関係を離れ、労働自体に喜びを見いだす悦楽の瞬間を生む。(以上タマラ・K・ハレブン「技能と産業の間」(同志社大学『社会科学』47号)参照)。

こうした工芸的技能の海外移転は、織元と織手の共同性とパターナリズムをゆらがし、「西陣に生きる」という生活共同体のアイデンティティーに鋭い痛み

を与える。幼少期より「西陣村」で自己形成を遂げ、ライフ・ヒストリーの大部分を西陣で刻んできた織手の存在の深い部分に亀裂を生む。美の文化圏と言われる西陣共同体のすぐれて人間的な関係が再生不可能な事態に追い込まれる。

＜織手F氏（53歳女性）談＞

「時折織元のところに行くと、歓迎してくれ綺麗なことばかり話してくれますが、みな嘘です。織元は近視なのです。西陣の産業を維持する努力はせずに、目先のことばかり考えて、安い労賃のために西陣以外に発注してしまうのです。」

＜織手K氏（50歳男性）談＞

「西陣にきちんとした賃金システムが存在せず、人々が話し合って基本となる最低線を引くのです。そのため非常に複雑で理解しにくいのです。当然、この世界の誰もが何が起ころうとも、自分は生き残っていきたくて願っていますから、他人が倒産しても、自分だけはその他人の犠牲の上に仕事を続けたいと考えます。どんなに厳しい経済不況でも、人々はニコニコして表面では仲良うやっているように見せていますが、内実心の底では、競争心がいっぱいなのです。私は、これが西陣を複雑にしている大きな原因だと思います。私は、西陣で生まれ、妻はもう20年も西陣で仕事をしていますが、いまだにふたりとも西陣をよく理解できないのです。」（出所:タマラ・K・ハレブン「技能と技術の間ー京都伝統織物の織手によるライフコースの主観的構成（同志社大学人文科学研究所『社会科学』47号 1991年）

このような技能と技術の成熟に至る過程、いいかえればスキルの伝承の決定的な条件は「時間」であり、主な伝統的工芸品の技能の平均的な修得期間は非常に長期に渡る過程である（表7参照）。

【表 7 伝統工芸の技術・技能の修得期間】（出所：通産省『伝統的工芸品産業－
その現状と施策』昭和 56 年）

こうした技術と技能は、後継者難と生産の海外移転によって途絶えようとして

いる。特に、海外移転が困難な高付加価値製品を生み出す技能ほど国内での後継者の枯渇に直面し、技能の伝承が切実に問われている。通商産業省（現経済産業省）の「伝統的工芸品の振興に関する法律」は、まさにこの課題に応えようとして登場した。

5) 「伝統的工芸品産業振興法」改訂の意義と限界

「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）は、高度成長期の工業化のなかで基盤を喪失した伝統産業への再評価を背景に、1974年（昭和49年）に5会派共同提案の議員立法として成立した。前年に作成された日本社会党政策審議会案は「伝統的地場産業振興法案」であり、自由民主党案は「伝統的民芸品産業振興法案」となっており（傍点筆者）、「伝統的工芸品」の地場産業的側面と工芸品的側面の違いが表れているが、最終的に「伝統的工芸品」に決まった。「伝統的地場産業」は広く地域中小農工業製品も含まれ、逆に「伝統的民芸品」は非産業的な日用品を含むから、特に文化財保護法の対象とならない産業化された工芸品を対象とする、「伝統的工芸品」という用語が採用された。

なお「伝統的工芸品」の「的」の意味について、経済産業省は「工芸品の特長となっている原材料や技術・技法の主要な部分が今日まで継承されていて、さらに、その持ち味を維持しながらも、産業環境に適するように改良を加えたり、時代の需要に即した製品作りがされている工芸品」としている。また伝統的工芸品を制作するために不可欠の用具や材料も「伝統的工芸用具」或いは「伝統的工芸材料」として指定されるが、その要件は下記の「日用品」規定を除いた全てであり、伝統的工芸品の産地に含まれていないことが必要とされる。

伝産法第1条（目的）では、「この法律は、一定の地域で主として伝統的な技術または技法を用いて製造される伝統的工芸品が、民衆の生活のなかではぐくまれ受け継がれてきたこと及び将来もそれが存在し続ける基盤があることに鑑み、このような伝統的工芸品の産業の振興を図り、もって国民の生活の豊

かさと潤いを与えるとともに地域経済の発展に寄与し、国民経済の健全な発展に資することを目的とする」と高らかに歌いあげ（傍線部筆者）、製品特性として、[地域性]・[伝統性]・[民衆生活性]の三要素をあげている。通商産業省が認定している伝統的工芸品は、繊維、陶磁器、漆器など194品目があるが、そのほとんどは脆弱な中小零細経営であり、後継者難、原材料の確保、販路開拓、海外輸入品など多くの問題を抱えている（表 8 参照）。次にこのような産地の実態に対する、伝産法の有効性について検討したい。

【表 8 日本の伝統的工芸品産地】（出所:伝統的工芸品産業振興協会『伝用的工芸品
総覧』）

伝産法第2条（指定要件）では、①主として日用品であること、②製造工程の主要部分が手工業的であること、③伝統技術・技法によって製造されるものであること、④伝統的に用いられた原材料が主たる原材料として用いられていること、⑤一定の地域において少ないない者が製造に従事していることの五要件を挙げ（傍線部筆者）、実施要項で具体的に次のように規定している。

1、主として日常生活で使われているもの

冠婚葬祭や節句などのように、一生あるいは年に数回の行事でも、生活に密着し一般家庭で使われる場合は、「日常生活」に含みます。工芸品は、「用の美」ともいわれ、長い間多くの人の目や手に触れることで、使いやすさや完成度が向上します。また色・紋様・形は、日本の生活習慣や文化的な背景とも深く関わっています。

2、製造工程の主要部分が手作り

すべて手作りでなくても差し支えありません。が、製品の品質、形態、デザインなど製品の特長や持ち味が損なわれないような補助的工程には、機械を導入することが可能です。製品一つ一つが人の手に触れる工程を経るので、人間工学的にも適切な寸法や形状となりますし、安全性も備えています。

3、伝統的技術または技法によって製造

伝統的とはおよそ100年以上の継続を意味します。工芸品の技術、技法は、100年以上、多くの作り手の試行錯誤や改良を経て初めて確立すると考えられています。技術と技法は一体不可分のものですが、どちらかといえば、技術は、「技術を磨く」といわれるように、「一人一人の作り手の技量」「精度」に関わりが強く、技法は、

「原材料の選択から製法に至るノウハウの歴史的な積み重ね」に関わるものといえます。伝統的技術、技法は、昔からの方法そのままではなく、根本的な変化や製品の長を変えることがなければ、改善や発展は差し支えありません。

4、伝統的に使用されてきた原材料

3と同様に、100年以上の継続を意味し、長い間吟味された、人と自然にやさしい材料が使われます。なお、既に枯渇したものや入手が極めて困難な原材料もあり、その場合は、持ち味を変えない範囲での同種の原材料に転換することは、伝統的であるとされます。

5、一定の地域で産地を形成

一定の地域で、ある程度の規模の製造者があり、地域産業として成立していることが必要です。ある程度の規模とは、10企業以上または30人以上が想定されます。個々の企業だけでなく、産地全体の自信と責任に裏付けられた信頼性があります。

（出所：通商産業省『伝統的工芸品産業振興実施要領』昭和60年5月27日付け
60生局第261号）

伝産法は、衰退していく伝統的和装産地への支援をおこなう戦後初めての制度として評価されるが、具体的な指定要件の有効性については十分に吟味しなければならない。

①の「日用品」規定は、伝産品本来の趣旨から当然の規定であるが、造形美などの付加価値を付けてズレが生じる場合が予想され、製品差別化へのインセンティブを阻害しないフレキシビリティが必要である。②の生産工程の「手工業性」や③の「伝統技術・技法」の規定は、伝産品の技術革新をどう評価するかに関連してくる。この具体的な指定条件は、手作業工程以外の補助

工程への道具や機械の導入を承認しているが、手作業工程そのものの技術革新への支援は認めていない（傍線部筆者）。つまり、伝統的な技術や技能が後継者難で継承が危ぶまれている実態に対応する規定ではあるが、技法や技能の機械化や近代化を挑戦的に推進しようとしている産地や業者にとっては逆効果となる可能性がある。伝統技法による手づくりのよさを継承する意義を認めただうえで、技術革新を進める創造的な企業家精神をも支援するフレキシブルな規定にする必要がある。

次に④の伝統的な原材料の規定を考える。最も問題となるのは、伝統的な原材料に替わる代替材が開発された場合である。例えば、最近急速に開発が進んでいる人工繊維や陶磁器におけるセラミックス、扇子や和紙扇骨、金銀糸に替わる金銀箔の登場であり、次に国内原材料の途絶によって海外からの代替原材料に依存せざるえない状況が発生した場合である。伝産法では「持ち味を変えない範囲での同種の原材料に転換すること」は認められているが、100年以上の原材料の継続という規定を基本としている。従って、原材料の伝統性も、個別の伝産品の独自の条件を考慮した弾力的な規定に変える必要がある。

最後に産地従事者の少くない者を「10企業以上、30人以上の従事者」とし、さらに伝統性を「100年以上」と規定している点について検討する。この規定を厳密に適用すれば、小規模産地約332産地（330品目）という全産地の45%にのぼる産地が指定外となり、実際に指定外となった（日本伝統的工芸品協会『伝統的工芸品総覧』参照）。さらに申請計画を出せない衰弱した産地もあり、埋もれた産地を再生させるという観点からも、この規定は見直す必要がある。

次に「（100年以上）一定の地域」という要件は、技法と生産の伝播によって産地が展開して、新たな産地形成をおこなった場合や、立地の優位を求めて新産地へ移住した場合は、厳密に云えば指定対象外となる。

伝産法の施行以来指摘されてきた以上の問題点は、その後の伝統的工芸品産業の危機的な事態によってますます露わになってきた。伝産法指定後の伝産

品の生産額・企業数・従事者数の推移をみると（表 9・10・11 参照）、生産額は、昭和58年5406億円→平成10年2784億円、企業数昭和58年30338社→平成10年18187社、従事者数昭和58年24.2万人→10.3万人へと激減し、尚かつ年齢構成における高齢化が一段と進んでいる（経済産業省伝統的工芸品産業振興課資料より）。

【表 9 生産額の推移及び伝産従事者1人当たり生産額】

【表 10 企業数の推移及び伝産企業1社当たり生産額】

【表 11 従事者数と年齢構成の推移】

最大の問題は、産地における新規従業者数の絶対的衰滅であり、伝産品指定産地（174）における以下の規模別産地一覧をみれば、51産地が新規参入者がゼロであり、100人以上は174産地のうち7産地に過ぎない。有松・鳴海絞は11～20人、京鹿の子絞は100人を確保している。

【年間新規従事者確保数の規模別産地一覧】（出所：伝統的工芸品産業審議

会平成3年資料より）

このような伝産法の問題点を改善するためにおこなわれた1992年（平成4年）と2001年（平成13年）の2次にわたる改訂の内容を検討したい。

第1次改訂に向けた伝統的工芸品産業振興会の答申『新たな伝統的工芸品産業の振興の在り方について』（1991年）は、伝産法成立後「遺憾ながら必ずしも振興の成果があがっているとは言えない状況がある」（P14）、「早晩消滅するおそれ大きいと言っても過言ではない」（P7）という危機感から、「要すれば伝統的工芸品産業の振興に関する法律を見直すことが必要である」（P13）との提言をおこなった（表12参照）。

【表12 伝統的工芸品産業振興法の対比表】（出所：筆者作成）

伝統的工芸品産業審議会答申は、旧伝産法による一定の成果を評価した上で、現状の危機的な実態を指摘し、その原因を主として生活様式と青年の変化という外部環境に求め、それに対応し得なかった産地の問題点を明らかにしているが、旧伝産法の指定要件や支援対象の範囲などには具体的に触れていない。こうして第一次伝産法改正の内容は、極めて不十分なものとなった。

第1次改訂をみると、旧伝産法で問題を指摘されていた第1条[目的]、第2条[指定等]は変更せず、新たに第3条[基本指針]を起こし、通産大臣の基本指針策定義務を規定し、基本方向、後継者育成、技法の継承と改善、需要開拓、新商品開発に対する戦略的な指針策定を政府の義務規定とした。さらに、旧伝産法の製造組合の「振興計画」に追加して、新たに販売組合の需要開拓「共同振興計画」（第6条）への補助制度を新設し、また第7条「活用計画」を新設し、業者と製造組合による新製品開発への支援を規定した。さらに、後継者確保・消費者交流支援事業をおこなう「支援計画」への補助制度を創設した。注目すべきは、この「支援計画」の作成主体が限定されていないことである。

また第17条の標示規定では、従来生産と販売組合が伝産品表示をおこなっていた規定を改め、製造組合のみが表示を行えることにしている。第18条では、通産大臣の「指導及び助言」の対象が「製造業者」のみであった規定を、「製造及び販売業者」に拡大している。

第22条[協会の業務]で、伝統工芸士認定権の明文化（第8項）、情報提供業務（第9項）を挿入し、伝産協会の業務を拡大した。

以上のように、第1次伝産法改定は、旧伝産法の認定要件や支援規定の改善などの問題を残してはいるが、新製品開発、需要開拓、後継者育成という緊急の課題に対する支援をおこなうという前進的な改訂をおこなった。しかし

第1次改訂施行直後から生産額・企業数・従業員数ともに激減し、産地の衰弱は一層進んだ。なぜ第1次改訂は不発に終わったのか。

第1次改訂の問題点について、政府は「共同振興計画や活用計画等のスキームの利用が非常に低調であった。想定していた経済環境がその後大きく変化したこと、制度と産地の実態が乖離し、産地の事業者にとって必ずしも利用しやすい制度ではなくなった。バブル崩壊以降、産地問屋などの既存の流通経路が役割、機能を低下させて流通構造が変化するなかで、産地側で共同振興計画が想定していた販売協同組合よりも、百貨店等の個別の販売業者と計画を作成、実施するニーズが増加した。当初の活用計画では、新会社や新しい研究施設の導入、新商品開発の投資を想定していたが、経済不況で難しくなった」と指摘している（平成13年3月28日 第151回国会衆議院経済産業委員会 松田岩夫経済産業副大臣）。第2に、さらに運用上の問題として、振興画作成の膨大な実務を遂行する事務局体制が弱く、産地指定を受けながら計画作成力が不足している産地が生まれた。

こうした第1次改訂の弱点を踏まえた再検討を経て、第2次改訂が浮上する。第2次改訂の趣旨を経済産業省は次のように説明している。

「近年、グローバル化の進展、大量消費社会の定着、安価な輸入品の増大、情報革新の急展開などによる国民の生活様式の変化や長引く経済不況等を背景として、伝統工芸品の売上げが低迷するとともに、それに伴う経営難や後継者不足が生じるなど、伝統的工芸品をめぐる現状は極めて深刻化している」、「伝統的工芸品の売上げは年々減少の一途をたどっており、このままでは伝統的工芸品産業の存立自体が危ぶまれる状況にある。他方、伝統的工芸品産業は、その性質上、いったん途絶えてしまった場合には容易に再生することができないものであり、一刻も早く伝統的工芸品産業の自律的發展を促すための法制度の見直しを行わなければ、手遅れになりかねない」（経済産業省『伝産法一部改正案目的および必要性』）と深刻な危機感を表明している。

第2次改訂は、従来の伝産法パラダイムを転換する画期的な内容を持っている。それは、戦後一貫して追及されてきた産地の「共同化」重点政策から、

個人やグループの創造的な企業家精神支援へと大転換したことである。

第2次改訂の特徴の第1は、伝統的工芸品認定の申請主体が製造組合に限定されていたのを、「伝統的工芸品として指定されるよう経済産業大臣に申し出ることの出来る主体に、工芸品を製造する事業者を直接又は間接の構成員とする団体を追加すること」として、任意団体へ拡大したことである（下線部筆者）。

第2は、振興計画の作成主体を、「振興計画の作成主体に、伝統的工芸品を製造する事業者を直接又は間接の構成員とする団体を追加すること」（経済産業省『法律案要綱』第3）として、創造的取組みをおこなうグループや個人営業者などの任意団体へ拡大したことである（傍線部筆者）。

第3は、共同振興計画の作成主体を産地の販売協同組合に限定していたのを、「共同振興計画の製造者側の作成主体に、伝統的工芸品を製造する事業者を直接又は間接の構成員とする団体を追加するとともに、販売者側の作成主体に、伝統的工芸品を販売する事業者を追加すること（第7条・8条関係）」（経済産業省『改正案要綱』第四）として、特に需要開拓の作成主体を、従来のように製造業者の販売協同組合などに限定せず、百貨店や商社などの流通・販売事業者へ拡大したことである（傍線部筆者）。第

4は、従来の新商品開発を支援する活用計画を再編成し、「活用計画を発展的に解消し、伝統的工芸品を製造する事業者又は特定製造協同組合等でない製造協同組合等（経済産業省注 産地の製造事業者の過半数が参加している団体を除く）が、需要の開拓、新商品の開発等に関する事業であって伝統的工芸品産業の活性化に資するもの（活性化事業）に関する計画（活性化計画を作成し、経済産業大臣の認定を受けることができるものとする」（経済産業省『法律案要綱』第5）として、個々の事業者や個人による「活性化計画」を新設したことである（下線部筆者）。

第5は、同時に「活用計画を発展的に解消し、伝統的工芸品を製造する事業者又は製造協同組合等が、他の伝統的工芸品を製造する事業者又はその者を構成員とする製造協同組合等とともに、連携して実施する活性化事業（連携活性化事業）に関する計画（連携活性化計画）を作成し、経済産業大臣の

認定を受けることができるものとする」(経済産業省『法律案要綱』第6)とし、異業種提携をめざす「連携活性化計画(仮称)」を創設した点にある(下線部筆者)。

第6は、従来の支援措置であった産業基盤整備基金の出資、中小企業信用保険法の特例、増加試験研究税制を、「利用しやすい支援制度に改めるべきとの産地からの要望」(経済産業省『今次改正による主な変更点について』)にもとづいて、税制優遇措置を廃止し、「経費の補助(法律補助)」という予算措置による単独支援に切り替えたことである(表13参照)。

第7は、振興計画作成の実務改善として、地方分権一括法制定のなかで、振興計画本文を28頁から25頁に短縮し、様式面で104頁を16頁に簡素化し、産地の事務処理を簡潔にした点である。以上の第2次改訂の内容は次のように整理される(表13参照)。

【表13 新伝産法基本スキーム】(出:経済産業省伝統的工芸品産業振興課資料)

このような改正点をどう評価すべきだろうか。第1に、伝産品認定の申請主体を産地製造組合から任意団体へ拡大したことは、産地の製造組合が結成されていないか、または解体ないし機能を停止している一部の産地の実態に対応するものであり、申請主体の条件は明らかに改善されている。第2は、「振興計画」と「活性化計画」において、作成主体を意欲ある個人やグループに拡大した点をどう評価するかである。確かに従来の共同化は、参加企業の資本力や経営力量の格差によって、自主性や共同仕入れの価格、事業内容（零細業者は経営指導の強化を求め、安定業者は本部経費の削減を求める等）をめぐる混乱があり、離脱を生じるような傾向もあった。また創造的、革新的なグループを認定の対象にしないという実態もあった。このような問題の解決は当然必要であるが、逆に零細経営の限界を乗り越える共同化戦略を積み上げてきた産地も確実に存在している。問題は、個人やグループの創造的事業活動への支援が、産地内企業のセクト的な競争を誘発させないような歯止めがあるかないかである。

工程単位の個人やグループの活性化計画についても、「産地全体の活性化に資するものについても活性化計画の対象になり得る」（岡本巖政府側参考人 第151回国会参議院経済産業委員会議事録第6号）としている点を積極的に位置づけ、産地の全体的な活性化の一部として位置づけていることを押さえる必要がある。

第3は、需要開拓の「共同振興計画」へ流通や小売業者の参加を認める点をどう評価するかである。確かに深刻な伝産品市場の不況のなかで、流通・小売業と連携した販路開拓は重要である。注意すべきは、すでに和装業界などで、産地を無視した無秩序な海外生産をおこなう商社の行動が、産地を混乱

に追い込んでいる実態があることである。流通や小売業の参入が、実質的に大商社や百貨による産地流通システムの支配を招かないような認定基準が求められる。

第4に、支援措置から税制優遇措置を廃止したことは、産地業者の簡素化の要望に応えたものとされる。伝統的工芸品産業の多くは、小規模企業（平均従業員4、1人）であり、そのうちの2、4人が事業主や家族労働者で占められている。このような家族労働に支えられた伝統的工芸品産業に対する税制優遇措置は、自家労賃の認定、家族従業員の控除、自宅の損金算入、技能費用の控除などを新設・拡充す方向で検討されるべきではなかったか。

第2次改訂で残された点は、伝産品の指定要件である地域性や原材料などの問題であり、伝統工芸士認定制度と認定外に放置されている職人への支援や、後継者育成のための職人育成制度の整備の問題である。1992年から実施されていた伝統的工芸品産業技術習得奨励事業（自転車振興会補助事業 1年限り1人30万円その後20万円 約120名実施）が2000年度から廃止されている点は、正規の補助事業として早急に復活すべきであろう。伝統工芸士の社会的認知については、「重要無形文化財保持者（人間国宝）」（年額200万円助成）、「卓越した技能者（現代の名工）」（10万円の報奨金）などと同じく特典制とし、受験料（7千円）と登録料（1万円）の負担を解決しなければならない。

昭和63年に伝産協会がおこなった伝統工芸士への「仕事上の悩みや問題」アンケートをみると、第1位が「後継者不足 45,9%」であり、次いで「技術に見合った収入がない」43,7%、「需要の衰退」33,6%であり、後継者と加工賃・需要問題が浮き彫りとなっている。

【仕事上の悩みと問題】（出所:伝産協会昭和63年伝統工芸士アンケートから）

さらに、最も重要なことは、海外生産と海外製品輸入に対する対応がないことである。特に産地の要求が強い原産地表示規定やセーフガード条項に関する規定が求められる。また、今回初めて登場した情報化支援政策が、伝統的産業振興協会の業務に限定され、「基本指針」に採りあげられていない点である。市場高感度製品のQR供給を実現する情報化戦略は、基本施策に規定すべきではなかったか。なぜなら情報化の導入に要する初期投資やランニングコストは、零細規模の伝産業界にとって特に負担が重いからである。

以上第2次改訂の内容を検討してきたが、改訂の焦点は伝統的工芸品産業振興の基本理念が転換したのかどうかにある。言い換えれば、理念法である上位法としての中小企業基本法の改正（1999年）との関連である。新中小企業基本法は、従来の理念である「不利の是正」「格差の是正」「従業者の地位向上」は、「一律・硬直的な保護政策は、中小企業全体の活力を喪失させる」（『中小企業政策審議会答申』）として、「経営の革新」「創業支援」政策へ転換し、政策対象の重点を産地組合から個別企業の経営に移行し、地域集積産業や地場産業を施策対象からはずした。中小企業の範囲を、小売り・サービスを除いて資本金「3億円以下」（旧規定は1億円以下）に拡大し、従来の中堅企業を組み入れ、小規模企業は「小規模企業への配慮」（第8条）事項に過ぎなくなった（表14参照）。

【表 14 新旧中小企業基本法の対比表】（出所：筆者作成）

一方で、新中小企業基本法は、「交流又は連携及び共同化の推進」（第16条）を創設し、事業革新をめざす小規模企業群のネットワークによる、新製品創造や新分野進出をめざす取り組みを支援するとしている。

このような新中小企業基本法の理念と、伝統的工芸品産業振興法の第2次改訂を比較すると、次のような共通点がある。第1に、創造性に富んだ革新的企業を重視していること、第2に、ネットワーク型の交流及び連携戦略を重視していること、第3に、支援の重点対象を、産地組合から個別事業者へ移したこと、第4に、海外生産と海外輸入品に対する対応策がないという点である。これらの共通性は、従来の「一律・硬直的な保護政策は、中小企業の活力を喪失させる」（『中小企業政策審議会答申』）「組合中心の振興策では限界」（経済産業省『伝産法の基本的理念』）として、「個別企業に着目し、企業の緩やかな連携を支援」（経済産業省『伝産法の基本的理念』）する方向へ転換すべきだという基本理念の転換にある。経済産業省生活産業局の『伝産法の基本的理念』は、「現在の伝産法による振興策（組合を中心とした振興策）の改善の必要性」の根拠を「中小企業施策の方針転換組合中心→個別企業に着目企業の緩やかな連携も支援」と説明している（図8参照）。

【図8 経済産業省生活産業局「伝産法の基本的理念」】

以上の政策転換の過程を問題を伝統的工芸品産業振興法改訂の審議過程をサーベイするなかで、詳細に分析する。政府による法改正の一般的な進め方は、省庁の該当部局が改正に向けた研究グループを立ち上げ、主管大臣が審議会への諮問をおこない、次いで審議会に設置された特別委員会が必要に応じてパブリックコメントを実施しながら改定案を起草し、該当部局の事前評価を経た後に、審議会での修正を経て最終的に主管大臣に提出され、事務次官会議・閣議を経て国会提出されるという過程をたどる。

伝統的工芸品産業振興法の改定過程をみると、2000年（平成12年）2月に通商産業省生活産業局に「伝統的工芸品産業の在り方研究会」が設置されて、6月には通産大臣に報告書が提出され、7月に通産大臣は伝統的工芸品産業審議会に対し、「21世紀の伝統的工芸品施策の在り方について」を諮問した。9月に同審議会に基本問題検討委員会が設置され、『21世紀の伝統的工芸品産業施策のあり方について一新たな生活文化の創造に向けて』（答申案）が作成され、同時に並行して10月から11月にかけてパブリックコメントが実施された。通産省生活産業局文化関連産業課伝統的工芸品産業室は、この『答申方針案』に対する「事前評価書」を作成し、11月に伝統的工芸品産業審議会は『二一世紀の伝統的工芸品産業施策のあり方について一新たな生活文化の創造に向けて』（答申）を決定し、通産大臣に提出した。次は、通産省研究会の『報告書』と伝産審議会特別委

員会の『答申案』及び『答申』を対比したものである（表 15 参照）。

【表 15 通産省「報告書」・審議会「答申案」・「答申」対比表】（出所：筆者作成）

まず通産省生活産業局研究会『報告書』は「制度・運用の硬直化」を指摘し、①指定申出主体が産地組合に限定され、組合がない産地は指定されない、②組合の総意が条件であるため先進的な融資グループを支援できない、③共同振興計画の作成主体に流通業者が参加できない、④指定要件の地域と技法の基準が硬直化し、実態から遊離している等の理由をあげている。①、④については早急な改善が必要であるが、②、③は伝産振興政策の基本に係わる政策転換を含んでいる。「Ⅲ、伝統的工芸品産業施策の在り方 2、産地の活力を高めるための制度・運用の弾力化」は、次のような説明をおこなっている（下線部筆者）。

「（２）指定申出及び振興計画に係わる見直し 現行の「一産地一振興計画」を保持しつつ、指定申出及び振興計画に関して次のとおり見直しを行う。①現行法においては、（中略）製造協同組合等に限られているが、未指定産地において（中略）任意団体・グループを加える。②振興計画を実施していない産地に限り、実施主体に任意団体・グループを加える。（３）「やる気」のある任意団体等に対する支援策の創設 例えば、取引現場やデザイン設計へのIT導入に重点的に取り組む、内外の同種の工芸品やその関係者を集めて展示会やシンポジウムを開催するなど先進的・革新的な取組であって産地の活性化に資する具体的な事業を計画し、実施しようとする任意団体・グループ（場合によっては、同一産地において複数の任意団体・グループが異なる事業を計画し、実施することもあり得る。）や組合を

支援するための施策を検討する。(4) 共同振興計画に係わる見直し 共同振興計画の実施主体として、任意のグループ、流通業者や小売業者（例えば、百貨店やスーパー等）を加え、多様化する流通システムに対応した需要拡大への取組が可能となる支援スキームを構築する。(5) 支援計画に係わる見直し これまで、支援計画は、主に第3セクターによる後継者育成・消費者交流センターの整備・運営を中心に作成され、この計画に基づく支援事業に対して、国、地方公共団体からの支援が行われてきた。このような支援計画の在り方を見直し、例えば、産地プロデューサーが伝統的工芸品産業の支援する事業を実施する場合に、当該事業を支援し、こうした取組を促進するようにする。」

この通産省生活産業会研究会『報告書』を受けた伝産審議会特別委員会は、「第2章 伝統的工芸品産業の現状 4、法制度上の問題点」において、「(1) 産地組合を設立していない場合においては、一定数以上の当該事業者による共同の指定申出を認める制度。(2) 産地組合と（中略）販売事業者との直接取引を支援する制度。(3) 産地の活性化に資する革新的・画期的な事業を行う意欲的な製造事業者等を支援する制度」を提起し、特に製販の直接取引を支援するという産地流通システムをゆるがす提案をおこなっている（下線部筆者）。

伝産審議会の総会では、特別委員会の提案に対して相当の論議を展開したものと予測できる。それは、前2者の提案の基本を踏襲しつつも一定の歯止めをかけているからである。第1は、指定の申出主体を「一定数以上の事業者」を「当該事業者」に緩和して、指定産地を拡大しようとしていること、第2は、「流通と販売者の直接取引」を「共同による需要開拓」に修正し、従来の流通システムを尊重しながら、百貨店やスーパーの無制限の介入に歯止めをかけた点であり、この修正は特に重要な意義を持っていると考えられる。第3に、「伝統的原材料の確保」の「伝統的」を削除して単に「原材料・用具の確保」とした点は、非伝統的原材料を事実上認めるものである。第4に、原案の段階で高く評価していた「産地プロデューサー」の創設に対して、「同時に産地側としては、自らの発展方向とそれを実現するための方途についてのビジョンを

持って、産地プロデューサーの活用を図ることが重要である」を挿入し、産地側の主体性を確保しようとしている点である（下線部筆者）。

このように新伝統的工芸品産業振興法は、新中小企業基本法に添った理念転換の面と、市場の失敗を補完する保護主義の両面が混在するものとなっている。このような理念の混在は、具体的な事業施策のなかに現れてくる。経済産業省伝統的工芸品産業室が作成した『事前評価書』（重枝豊英氏決済）をみると、産地の深刻な衰弱と補助政策の限界が浮かび上がる（表 16 参照）。

【表 16 経済産業省の事前評価書】（出所：経済産業省資料により筆者作成）

経済産業省の補助金は、地方公共団体を通じて産地に交付する「産地補助金」と、(財)伝統的工芸品産業振興協会に交付する「協会補助金」からなり、平成13年度の産地補助金1億8800万円（前年度1億7800万円）、協会補助金12億1200万円（前年度3億300万円）の合計14億円（前年度4億8100万円）となっている。新伝産法を受けて総額は約10億円増額され、1産地当たり約720万円（現在194品目）となるが、実際の産地補助金は1億8千8百万円であるから、1産地当たり100万弱となり、あまりも零細である。しかも総額の86%強が伝産協会補助金であり（南青山展示販売センターの池袋東武美術館跡地に移転予定）、その約34%はIT関連予算である。産地補助金と協会補助金の比率を再検討し、直接的な産地支援への振り替え、特に伝産協会のIT関連予算を、産地の情報化支援に替える必要がある。次に事業内容をみると、最大の問題は最も計画策定数が多い需要開拓事業でも110産地であり、全産地194産地の約半数弱に過ぎず、計画自体の策定に困難を抱える産地が広汎にある。さらに産地補助金の交付を受ける産地は、単独組合22、複数組合4であり、産地活性化事業でも20産地に過ぎない。需要開拓事業の対象全26件に占める任意団体の割合と流通業者が加わる割合が今後注目される。また事業補助率が二分の一であり、産地にとっては一定の自己負担なしに、計画申請に入れない。補助金を期待しない独自の振興策を追求している産地は極く少数で

あるとすると、計画作成能力すら喪失している産地が広汎に存在していることが分かる。『事前事業評価書』は、新伝産法が、新中基法型市場原理戦略と「市場の失敗」の補完戦略の狭間を進んでいることを示している。

最後に経済産業省伝統的工芸品産業室『事前評価書』の前文にあたる「施策・制度の必要性」で述べている「伝統的工芸品は一度途絶えてしまうと容易に再興できないものであり、また上記の理由により民間の取組のみではその衰退に歯止めをかけることが困難であることから、政府は、伝統的工芸品を「文化的価値を有する財」（「行政関与の在り方に関する基準」における「（1）公共的性格を持つ財・サービスの提供」の「d」に該当）と位置づけ、その存続のため、産地の主体的な取組みを基本としつつ、その発展を支援する必要がある」に注目し（下線部筆者）、「2，施策・制度の目的」で述べている「市場の失敗を補正するための諸方策を講じ」という原点に立ち返る必要があることを強調して、第1章を閉じる。

第2章 地場産業のパラダイム・チェンジ

1) 東アジア国際分業システムの構築

京鹿の子絞は、京都の伝統染織産業の集積を基盤に、高度のデザインと染色技術を駆使した高級シルク製品を生産する全国有数の絞り産地である。京鹿の子絞の生産システムは、定番品中心の有松・鳴海絞と比べてはるかに精緻な社会的な分業システムを形成している。戦後の京鹿の子絞の生産は、国内完結型→韓国委託型→中国委託型という3段階で推移した。この京鹿の子絞の海外展開が誘発された原因を明らかにし、伝統地場産業のグローバル生産の特徴を分析する。最初に、京鹿の子絞の生産が国内で完結していた段階のシステムをみる（図9参照）。

【図9 京鹿の子絞の国内完結型システム】（出所：筆者作成）

京鹿の子絞の生産は、絞商を頂点にして高度に専門化、細分化された分業工程からなり、江戸期から京都市中京区・下京区中心に1絞商平均10～20軒の専門下請業者の産地集積が形成されていた。括り工程は、「せりや」といわれる括職仲介業者が、絞商から預託された絹を京都近郊農村（主として大原）に運び、加工後絞商に納入する。明治、大正期の国鉄東海道線の整備により、名古屋市緑区大高地区の括職仲介業者を通じて、愛知県知多半島一帯の農漁村の女性家内副業への括り委託も始まった。括り製品を染色加工した製品は、室町呉服問屋から大阪・京都・名古屋の集散地問屋を通じて、全国の地方問屋にいくという流通チャンネルであった。

ところが高度成長以降の農家女子の向都離村やパート化、進学率上昇によって、括り労働力は著しく減少し、括りの低加工賃が顕在化すると、ますます他産業に流れるようになった。絞商は、より縁辺的な被差別部落や在日朝鮮人・障害者に労働力の調達を拡大するが、加工賃の上昇と長期に渡る熟練を要するスキルの習熟に問題があり、このような国内における縁辺労働力の調達の限界が生まれた。こうして括り工程の韓国委託の条件が成熟していった（図 10 参照）。

【図 10 京鹿の子絞の韓国委託システム】（出所：聴取調査により筆者作成）

絞商が注目したのが、戦前期の絞り生産の基盤が残っている韓国であった。戦前期の韓国では、農閑期の女子労働力の機会費用が小さく、居座機による自家製織で圧倒的に安価な絹織物が生産され、工場制への移行は進んでいなかった。しかも家計補助的な少女労働力は、7銭程度の加工賃（日本国内で1円30銭）であり、安価な原反と相まって、括り工程はすでに戦前期から委託され、戦後の韓国においても括りの経験と技術は温存されていた。

戦後韓国経済の成長の契機となった「第1次5カ年計画」は、繊維産業を戦略産業に指定し、繊維輸出によって獲得した外貨を重化学工業化に振り向ける輸出志向型工業化政策がとられた。韓国繊維産業の中心となったのが、絞染色織産業であり、韓国の製造業全輸出製品の特定国輸出額の第1位が絞り製品となったのである（表 17・18 参照）。この韓国絞の委託加工輸出の中心となったのが三星であり、三星は絞り輸出による資本蓄積によって重化学部門の基盤をつくり大財閥へと成長していった（図 11 参照）。

【図 11 韓国委託の初期システム】（出所：『日韓絞り貿易協議会記録』より筆者作成）

【表 17 絞り製品委託加工量推移（単位千USドル）】（出所：京鹿の子絞協同組合
『日韓絞り貿易協議会記録』より筆者作成）

【表 18 絞り製品輸入実績推移】（出所：『日韓絞り貿易協議会記録』より筆者作成）

こうした韓国委託の進展は、日本の国内産地を揺るがし、輸入制限から輸入禁止に至る衆議院議長への請願運動が誘発された。委託開始後3年にして、

すでに韓国絞の技術水準は上昇し、企画・デザイン部門は日本に依拠しながら、括りから染色までを韓国産地で完結するという自立的な韓国絞り企業が出現した。韓国政府の輸出指定を受けた韓国企業は、遂には日本企業と無関係に対日輸出をおこなう実力を持つに至った。整理すると、[日本産原反の括り工程の韓国委託]→[韓国絞の技術水準向上]→[韓国商工部による韓国製原反生産開始]→[日本の染色工程の韓国転移]→[韓国絞の価格優位性]→[日本市場における韓国絞の優位]→[日本国内市場混乱]というサイクルは、まさに開発独裁下の輸出指向工業型開発経済の論理を見事に浮き彫りにしている。

ところが、韓国経済は1970年代以降の「第3次経済開発5カ年計画」で、戦略産業が繊維から重化学工業に転回し、三星財閥も重化学と電子が80%を超え、繊維比率は11%に下降し、中南米・東南アジアへ生産立地を転移していくという韓国産業構造の高度化が起こり、「漢口の奇跡」といわれる成長によって、韓国内での括り加工賃上昇と括り労働力の重化学部門への流出が起こり、韓国絞り産業の国内生産基盤は次第に衰弱していった（表 19 参照）。輸出独占権を保持していた韓国商社も絞り商社から総合商社へ転換し、自ら中国委託を開始するという劇的な変化が誘発され、日本側絞企業の海外生産基地としての条件は失われた。

【表 19 韓国絞り産業の経営変容】（出所：韓国絞製品輸出組合資料）

【表 20 日韓絞り貿易協議会の歩み】（出所：「日韓絞り貿易協議会記録」より筆者作成）

1970年代に始まった中国委託交渉は、文化大革命下の中国政府の「加工貿易という形態は、外国の植民地経済の発想に依拠した屈辱的な貿易形態である」という方針で拒否され、1982年の改革・開放政策後に公式の委託加工契約が成立する。中国委託を推進したのは、名古屋市の有松・鳴海絞商A社であり、商社が介在した中国企業との委託加工契約をによって、加工賃を払うというもので、外貨が一方的に中国に支払われるため、外貨バランスは問題が無かった。原材料である絹・綿は日本側が持ち込む単純委託が主で、中国産原反を使う場合は外資系企業に優先的に割り当てる条項があり、日本企業は次第に原反の現地調達に移行した（図 12 参照）。

【図 12 京鹿の子絞の中国委託システム】（出所：聴取調査により筆者作成）

揚子江下流の綿花栽培地域から始まった中国委託は、幾つかの中国独特の特質がある。第1に、短期の技術習得が可能な農村部出身の平均年齢20歳前後の若年女子労働力を主体とし、第2に、作業場に集住する工場制が主流であること（雲南・昆明などの内陸部は家内副業）、第3に、初期は北京総公司を頂点とした絲公司与日本側指定有効商社中心の間接契約で、絲公司が決定した加工量の枠を工場に割り当てる垂直的なシステムであり、日本絞商のフレキシブルな発注が困難であった。ところが、改革・開放路線のなかで日本側友好商社の独占権が失われ、絞商の自由契約が可能となり、工場は形式的に総公司に統括されてはいるが実態は外資系企業に従属していった。第4は、日本側絞商の検査員を現地常駐させて直接検査をおこなうシステムである。とくに染色工程の技術移転に警戒する日本側絞商は、染色場の周囲に幕を張り巡らせて遮断し、染色技術の秘匿をおこなっている例があるように、技術集約的工程の移転については警戒的であった。第5は、国内産地での共同加工に消極的な日本絞商（特に有松）の個別取引の激化によって、委託実態の統計が把握できないという無秩序な国内産地のゆらぎをもたらした点である（表 21 参照）。

【表 21 国別絞委託加工品輸入数量】（出所：日本繊維輸入組合資料より筆者作成）

さて中国経済の発展は、開発特区を中心とした沿岸部の括り加工賃上昇と労働力の流動化を誘発し、沿岸部から内陸部へと加工地は移行していった。既に京都の（株）タクマはインドへ、有松の（株）A社は中国奥地（雲南・貴州）からベトナム・マレーシアへと展開している。

以上のような絞りの東アジア展開の特質は、労働集約的な単純生産工程（括り）から次第に技術集約的工程（染色）に移行し、企画工程（デザイン）に至るという転移の高度化という点にある。最適立地選択の基準は、労働力のコスト水準と相手国の輸出指向型工業化開発戦略のマッチングにある。これは、労働集約財的側面（括り）の海外展開による日用定番品生産と、技術集約財的側面の（染色・デザイン）の国内温存と国内高級品生産という国際的な棲分け分業システムのなかで、労働集約的産業が輸出指向型工業化の戦略産業として位置づけられている途上国を求めて、次々とワンダーフォーゲル的に転移していくという構造を意味する。

ではなぜ国際棲み分け分業を否定する可能性をはらんでいる技術集約的工程（染色）の転移が始まったのであろうか。第1に、一般的に技術集約的工程の海外移転は限定的である。特に染色技術は、すぐれて日本的な自然（水質）・風土・感性（色彩感覚）などの条件にマッチする綿密なプランが要求される。

そうでないと、技術転移をめぐる両者の反発や衝突が誘発され、タイ・シルクを駆逐したように伝統技術の消滅や破壊が起こる。絞り染色はこのような限界を上回るような国内での生産機能の衰弱が起こったのである。第2に、主導権を握る商社が、国内産地と無関係に独自の生産をおこない、染色工程をも独自に引き連れて移転する利益極大化を追求したからである。以上のような絞り染織産業の国際化を段階的に整理すると次のようになる（表 23 参照）。

【表 23 絞り染織産業の国際化段階】（出所：筆者作成）

2) 垂直統合から垂直統業（セル生産方式）へー京鹿の子絞振興協同組合の「総合加工方式」

京鹿の子絞振興協同組合は、繊維構造改善事業による地場産業振興対策補助金を単独組合として受ける日本で唯一の産地組合である。前事務局長沖津文幸氏がリードした戦略は、和装以外への新製品開発と、「総合加工方式」と命名された生産システムの画期的な変革である。後者が実は製造業で追求されているセル生産方式の先駆的な形態ではないかという仮説的な検討を加える。1990年（平成元年）に決定された新方針の背景には、激しい市場競争の生き残りを賭けた決断があったが、最初に京鹿の子絞の生産システムのどこに限界が生じているかを明らかにする（図13参照）。

【図13 京鹿の子絞の垂直統合型生産システム】（出所：筆者）

第1に絞商が主導する既成の垂直統合型システムは、絞商の工程間調整のプロデューサー機能が衰退しているなかで、現代の変化する需要動向にフレキシブルに対応できなくなったという点である。第2は、従来の個別に細分化された工程間分業では、職人は加工賃のみに依存し、加工賃を低下させる競争が誘発されたからである。これは絞商の利益を極大化させるが、職人の製品創造へのインセンティブを著しく弱めることとなった。第3は、工程間を煩瑣に移動させる物流のコストと中間マージンによって、絞商が最適な製品価格を設定できないという事態をもたらした。第4に、職人は、孤立した工程で自らの習熟した技能を孤立して使用する結果、技能の相互交流や、製品創造へのインセンティブないし完成品を創出する喜びが生まれないということである。

こうして、メーカーと職人のジョイントによって、共同でリスクを負いながら、製品開発を進める水平的ネットワーク型生産システムへの挑戦が始まった。従来の特化したスキルを持つ工程職人が、一カ所に集合して製品の企画と共同開発を進め、自らの技能を発揮しつつ全員が完成品の作成に参加するというシステムであり（「総合加工方式」という）、他工程の技能の学習は、伝産法の後継者育成事業を利用して行うというものである（図 14 参照）。

【図 14 京鹿の子絞振興協同組合の総合加工方式】（出所：沖津文幸氏聴取調査により、筆者作成）

京鹿の子絞振興協同組合の「総合加工方式」は、すでに工芸作家松本一水によって個人的に試みられていた。絞りの重要な工程の一つは「下絵」であり、括りを想定して括る場所と技法を下絵で、鹿の子絞は●、縫い締絞は○、帽子絞は×というように記号化して指定する。下絵は、白生地成型紙で青花摺りされて、括り職人に渡される。しかし下絵職は、色の指定はせず完全な分業制である。松本一水は、色指定までおこない、出来上がった作品にさらに手描きや彩色を施し、完成まで自分で確認するという伝統的な分業制を打破する革新的な挑戦をおこない、作品は額絵から着物まで多様にひろげることに成功した。

こうした「総合加工方式」の特徴は、製造業一般で追求されているセル生産方式と共通した点がある。短期間で変わる製品サイクルにフレキシブルに対応するセル（細胞）は、複数の人数でチームを組み、1人が複数の組み立て工程を担当する生産方式で、大量生産に対応する固定型コンベアーをより機動的に組み替え、1人の従業員の創意工夫を可能とし、製品創造へのインセンティブを生み出す。具体的な例として、キャノンの場合をみる。

「コの字やUの字の形に並んだ台車を前に、作業着の女性がはんだごてやドライバーを手にコピー機を組み立てている。キャノンは三年がかりで昨

年12月、国内33工場を全てセル生産方式に切り替えた。国内工場で手がけるのは主に開発、設計から量産の立ち上げまで。低価格品の場合、本格的な生産は基本的に海外工場へ移す。取手などでは開発部隊も工場内に移した。マザー工場と呼べる開発型工場に特化する以外、日本でモノづくりが生き残る道はないと御手洗富士夫社長は言い切る」（朝日新聞2001年4月7日付）。

このセル生産方式の背景には、1985年のプラザ合意以降の円高に対応する海外生産と生産のアウトソーシングによって誘発された技術空洞化がある。国内に中核技術を維持し、高付加価値製品の比較優位性を構築する開発特化型工場の生産システムとして登場し、この点も京鹿の子紋振興協同組合の「総合加工方式」との共通点がある。

3) 異業種交流と新製品開発ー京鹿の子紋にみる

京鹿の子紋振興協同組合は、絞り業界ではじめて和装製品以外に進出し、インテリア（暖簾、タペストリー等）を中心とする新製品開発を試行した。洋風建築の間接照明にふさわしく麻を使った「洋風にマッチする和風」が製品開発のコンセプトである。新製品開発の課題は、第1に、洋品（暖簾、タペストリー）も近い将来安価な韓国製に追い上げられるが、当面は染色技術の優位によって競争力を維持し、次の新製品開発のターゲットをテーブルウェア、カーペット、自動車シートに置く（すでにシートはトヨタ・ニッサンからの受注を受けている）。第2は、「国際化のなかでこそ民族衣装を!」というスローガンで和装需要の喚起をはかり、「着てもらえる和服」を開発する。

マーケティングの基本は、室町卸を介在させない製販直結をめざす。第1に、地元京都での一点豪華主義的なイベント型展示会主義から決別し、世界の繊維需要動向を機敏に集約するために、ジャパンテックス、フランクフルトメッセ、アトランタメッセの日本支社から最新情報を入手する。第2に、ジャパンテックス（晴海）での会場アンケートによって見込み生産をおこない全国販売する。従来の伝統意匠への依存と製品の長期サイクル性という和装の固定観念を

打破しようとする戦略である。

こうした鹿の子絞振興協同組合の試行は、いわば世界のアパレルをリードする「サード・イタリア」モデルの日本版であり、そのキーワードは日本型「フレキシブル専門化」である。プラートを中心とする厚い産地集積を持つ北イタリアでは、工場内での垂直統合的な生産工程を廃止し、職人の地域内分業のネットワークによって、フレキシブルなQR供給を可能とする多品種少量生産システムの構築に成功して、「ファッションと流行のクリエイター」の世界ブランドに成長した。そのシステムを図式化して説明すると次のようになる（図 15 参照）。

【図 15 サード・イタリア型生産システム】（出所：森靖雄資料をもとに筆者作成）

（説明：イタリアは、X製品生産先導者としてP点から生産を開始し、初期の少量生産段階で多額のマージンを手に入れてa点で生産を停止し、次のY新製品開発に転換する。日本は、イタリア製品の動向をみてX製品の生産に参入するが、マージンが低下傾向に入るb点で生産を停止しY製品に向かう。韓国は、すでに大量販売効果しかない段階でX製品の生産に参入するが、マージンは低廉である。イタリア繊維産業の優位は、市場動向をフレキシブルに反映する機敏性にあり、最先端の流行と新技術導入、少品種少量生産及び即納戦略QRに成功している。）

第3章 高度情報化時代の地場産業

1) 情報ネットワーク型地場産業の創出

(1) 繊維産業政策の段階区分

地場産業において情報ネットワーク戦略が導入されてきた過程と政策内容を、主として繊維産業を対象に検討する。戦後日本の繊維産業政策は、[設備調整]・[構造改善]・[ファッション対策]・[基盤整備事業]の4事業を重点として展開してきたが、それは次のように整理される（図16参照）。

【図16 戦後繊維産業政策展開史】（出所：通商産業省『繊維ビジョン』1999年）

昭和30年代は、過剰設備処理のための設備登録制を中心とした近代化政策であり、昭和40年代は、国際競争力強化をめざして、設備近代化と企業集約化をセットにしたいいわゆる「横の構造改善」であり、最初は、規模の経済を重視する大量生産型革新織機の導入からはじまり、昭和50年代になると商品及び技術開発のソフト面を重視する「知識集約化」に移行し、異業種を連関させるいわゆる「縦の構造改善」が推進された。

昭和63年の『新繊維ビジョン』以降、短サイクルの内需対応をめざす多品種少量生産による生活文化提案型産業（ファッション化）への転換がはかられ、平成6年の新繊維法によってアジア国際分業を前提にした高付加価値製品のQR供給を柱とする繊維情報ネットワーク戦略が基軸となった。

（2）繊維産業における情報化政策の展開

繊維産業の情報化政策は、高度成長期以降本格的に始まり、[知識集約化→情報ネットワーク化→デジタルアーカイブ化]という3段階に区分される。

第1段階[1970年代 知識集約化]は、大量生産・大量販売による資本集約型装置産業の限界を、知的資源の投入による新製品開発と新分野進出によっ

て乗り越えようとする戦略であり、繊維企業を製品差別化を勝ち抜くデザイン開発企業に転換させようとした段階である。「知識集約化」とは、開発から生産・販売に至る全過程の経営情報化を意味しているが、この段階では企業内の実務の情報化にとどまった（産業構造審議会『70年代の産業構造ビジョン』1991年、中小企業政策審議会『70年第中小企業ビジョン』参照）、

第2段階（1980年代 情報ネットワーク戦略）は、多品種少量生産とQR供給を実現するフレキシブルな生産と流通のシステムをめざして、業界全体のネットワーク化をめざした。非定型な市場動向に高感度に反応するPOSシステムや、業界VAN、CAD-CAMシステムの構築が追求された（中小企業政策審議会『80年大中小企業ビジョン』参照）。第2段階までは、中小企業基本法の「大企業との格差是正」という基本理念の枠内での経営高次化であったといえる。

第3段階[1990年代以降 デジタルアーカイブ戦略]は、中小企業基本法の改正によって、従来の中小企業政策の基本であった「大企業との格差是正」から「独立した中小企業の多様な活力ある成長展開」への画期的な理念の大転換が背景にある。同時に怒濤のような東アジア国際分業の進展による国内生産の空洞化に対する対応戦略が緊急に求められていく段階でもある。東アジア[定番・量産品]⇔日本[高付加価値品]という棲み分け型水平分業に日本の繊維産業の活路を求めるという確認である。デジタルアーカイブ戦略は、顧客対応型CEとOne to Oneマーケティングを実現するEコマースであり、繊維産業のサイバー化をめざす情報ネットワークの最高の段階であり、筆者が命名した未来戦略の萌芽である。詳細は第3章（4）京都染織デジタルアーカイブで述べ、ここでは『新繊維ビジョン』以降の繊維産業の情報化政策を検討する。

『新繊維ビジョン』は、日本の繊維産業が衰退した理由を、①非効率的供給、②国際分業が生産拠点から開発拠点へ進まないこと、③技術と人材開拓の遅れ、④産地戦略が明確でないことの4点をあげ、輸入規制型保護政策から内需主導型競争政策への転換を提起し、国内生産の量的な縮小と質的な優位を、実需対応型供給体制による生活文化提案型産業への脱皮を実現するという未来戦略を提起している（図17参照）。

この『新繊維ビジョン』を受けた繊維産業革新基盤整備事業 TIIP(Textile Indutry

Innovation Program) は、「高度情報化技術を活用して、繊維製品を扱う電子市場の実証のためのコンピュータ・ネットワークを開設し、あわせて生産・流通・販売のプロダクトパイプラインを統合、短縮し、QRを実現するための情報システム、生産技術の開発」(繊維産業構造改善事業協会『繊維産業革新基盤整備事業の基本構想』1995年)をめざした。1999年の繊維産業構造改善臨時措置法の期限切れにより、TIIP 事業は実証実験を終え、次世代繊維産業高度情報化に向けた構想が打ち出される。

【図 17「今後の繊維産業及びその施策の在り方」(新繊維ビジョン) 概要】

(出所：通商産業省『新繊維ビジョン』P3参照筆者作成)

通産省主導による繊維産業の情報化政策は、全国13カ所の繊維産地に設置する第3セクターの基盤施設である「繊維リソースセンター」をネットワークで結び、各産地の生産主体となる LPU(Linkage product unit 実需対応補完グループ)を推進主体とする構想である。「繊維リソースセンター」は、「繊維工業の創造強化及び相互交流の促進をめざす情報機能の中核施設」(通産省繊維製品課資料参照)として、情報の整理分析、ソフト提供、人材育成をおこなうための共同情報処理システムを核とする総合的な情報ネットワークである(図 18 参照)。しかしこの構想は、情報共同化によるプロトコル標準化やデータベースの共有化を必要とするから、すでに個別のネットワークを構築している大企業との矛盾や中小零細経営のデバインドを誘発し、重複投資やコンピュータを設置できない企業、産地組合の合意がとれないなどの事態が生じている。ここでは、繊維リソースセンター構想の概要を検討し、このような結果に陥った詳細な分析は、第3章(2)③播州織の項でおこなう。

【図 18 繊維リソースセンタのイメージ図】(出所：通商産業省『ファッション大国への道』1991年を参照して筆者作成)

繊維産業構造改善事業の主体として登場した LPU は、「実需対応型供給体制の構築に必要な情報収集、商品企画、多品種少量対応などの諸機能を相互に補完」する「複数の企業の連携」（『旧繊維ビジョン』昭和58年旧 LPU）から、「効率性追求からさらに進んで情報化、開発へと軸を移動するためのネットワーク」（『新繊維ビジョン』昭和63年 新 LPU）へと変わっていく。このいわゆる「LPU 弾力化」は、メーカーと流通業者の PT（共同開発チーム）による新合繊の開発成功や、設備近代化中心の旧 LPU に流通サイドが参加しなかったことがある。

こうして新 LPU は、承認条件の緩和（中核企業グループ内取引50%以上、参加企業の取引先が中核企業を第1位としていること等の弾力運用）をおこない、「以前の産地一括型の構造改善は、積極的な取り組みを行わない者をも實際上支援対象としてしまう恐れがある」（『新繊維ビジョン』P126）とし、実質的に産地総体の情報化から中堅企業（LPU の中核企業）中心の情報化への戦略転換を意味することとなった。

このような新 LPU 構想を中小零細経営が主体である伝統和装産業に機械的に適用するならば、資本力の大きい一部の織元（製造問屋）による産地の垂

直的な内製化がさらに深化することが予測される。中小零細企業群が集積する産地クラスターを、水平的なネットワークによって、高度化するという LPU 本来のねらいは、逆に産地自体のシステムを自ら掘り崩す可能性がある。

現実には、繊維情報ネットワーク戦略の構築は、伝統和装産業においてどのように推進され、その結果どのような結果が誘発されたであろうか。実は『新繊維ビジョン』では、伝統和装産業を対象とする繊維リソースセンターについて一切触れず、「調査研究テーマ例」として「伝統的織物技術の調査 伝統的織物の素材、文様などについて新たな観点から調査研究し、新規の織物の開発の可能性について検討する」（通産省『ファッション大国への道』P231）とのみ記されており、一般アパレル産業と異なる独自の産業構造を持つ伝統和装産業の「繊維リソースセンター」のあり方について明確なイメージを描けなかったことを示している。これに対し京都和装業界は、独自に伝統和装型「繊維リソースセンター」構想を提起し、その SUB（基本的事業単位）を①繊維総合データベース構築、②人材育成の専門機関化、③製品開発のマーチャндаイジング、④イベントのマルチメディア化に置いたが、伝統和装染織産業の情報化戦略の多くは混迷状態に陥っており、その原因の解明と打開策の提示が緊急の課題となっている。

2) 伝統和装産業の情報化をめぐる混迷

高度な伝統性と産地集積性をもつ典型例として、西陣織（京都）・播州織（北播磨）・室町卸（京都）の情報化を対象に比較分析する。この3産地は、日本で最も早くから情報化戦略を試行してきた代表的な繊維産地であり、情報化を導入した産地の条件、推進過程での産地変容と、混迷ないし挫折の実態を解明するモデル・ケースである。

（1）西陣織産業映像情報システムJIN-OVISは、なぜ挫折したか？

京都経済は、1991年から1996年の事業所数が大震災兵庫県に次ぐ14、

5%という減少率を記録し、その最大の原因は主力産業である和装を含む繊維産業の不振にある。和装生地産地である丹後地方では、生産が最盛期の三分の一に落ち込み、西陣の出荷も1/4に減少し、京鹿の子絞の傾向的な衰弱も甚だしく、不況を原因とする多数の企業閉鎖が発生している。この理由の1つは、生産の海外展開と価格競争による廃業や後継者難であるが、直接の契機となったのは、1988年の天皇の病状による時代祭、初釜のお茶会や呉服展示会の中止であり、西陣織の着尺や京鹿の子絞の売り上げは急減し、一気に和装不況に突入した。京都西陣を訪れば、工場や問屋と商店街が歯抜けのように姿を消しつつあることが分かる。

このような西陣の危機に対抗する直接的な手段として、セーフガード発動による海外輸入規制がとりあげられる。しかし、こうしたポリティカルな防衛策を採ったとしても、その効果は限定的なものである。つまり、危機打開の方法は、製品それ自体に係わる生産と需要開拓の本格的な打開策しかない。このような差し迫った視点から西陣及び室町を対象とした情報化戦略の有効性が検討されなければならない。

昭和50年代の西陣第1次戦後不況の最大の原因は、生産過剰と需要減退であり、特に帯地の独占的な市場占拠率（84.2% 昭和51年度生産額）は、市場動向を直接反映する。こうした危機に対し、業界は室町の家業的な経営を脱皮し、消費者ニーズを川上に逆流させる垂直的な連携を強化する販路拡大戦略をとった（図19参照）。

【図19 和装業界活路開拓マスタープラン】（出所：京都商工会議所『繊維リソースセ

ンター構想調査報告書』P113）

この『マスタープラン』で試行された西陣初期情報化の課題は、生産工程の自動化をめざした産地システムの限界（設計・企画部門を産地内に確保し、製造拠点を外部化する＝丹後出機によって生じた設計変更のトラブルやスキルの継承）をどう突破するかにあった。意匠設計をアナログ回線（後デジタル回線）による伝送で短縮し、配送管理システムによる迅速な物流を実現しようとした。さらに織物の傷などのトラブルを、従来の熟練者による視検を CAD 画像解析システムによって補完する方法も開発された（京都市染色試験場）。

この西陣初期情報化段階の特徴は、「西陣機業は、今日の資本生産の原則である＜規模の経済＞を追求できないという宿命的な特徴を背負っている。国民全般から期待され且つ指示されている意匠文化の象徴としての西陣は、これまでの伝統的技術による先染織物の技法を守らなければならない。その性格のため、明治以来の洋装化と近代的大資本生産によるプリント織布の一般化という、今日の経済原則に完全に従えない西陣の織布技法の宿命を背負っている」（京都市経済局『西陣織産業映像情報システムの活用に関する調査研究報告書』下線部筆者）という西陣織の本質によく表されている。昭和50年段階では、西陣織の製品戦略は伝統和装の墨守にあり、＜範囲の経済＞・＜連結の経済＞をめざす構想は成熟していなかった。こうした伝統的製品戦略による情報化構想を

『西陣調査研究報告書』は次のように提起している（下線部筆者）。

西陣産地が、全国の和装マーケットの現状と未来の情報を総合的且つ集中的に収集することが可能となれば、それによって織元の情報蓄積力を質と量ともに高めることができ、これがひいては、西陣の核をなしている帯地マーケットから、和装全体のマーケット、さらに洋装および布地全域のマーケットでの中核的な位置を占めることが可能となるかもしれない。西陣機業における望ましい情報構造は以下のように要約できよう。

- （１）全国の和装マーケットの趨勢と未来の情報が、総合的且つ迅速に収集できること
- （２）その情報がいち早くデザインとなり、意匠図を生み出し適量且つ多量な織布を生産すること
- （３）生産された製品が、いち早く、産地の主体性が確保された流通経路を通じて、消費者に届けられること
- （４）西陣織情報化システムの内容
 - ①前売情報（生糸相場、織物相場、色彩、デザインなど）の即応性
 - ②市場情報への即応性
 - ③生産、在庫、経営管理（西陣陣全体の生産量の把握と調整、機業経営）
 - ④画像ファイリングによるシミュレーションの即応性
 - ⑤統一伝票制度による流通合理化

最初の下線部にみられるように、情報化の推進主体と受益者は織元であり、現業部門や産地全体の情報化という視点がない。ただし、次の下線部にみられるように流通を支配する室町卸を介在させないで販路開拓をおこなうという画期的な構想を打ちだしており、この点が成功の鍵をにぎることとなった。このような西陣織初期情報化の特徴は、その他の産地においても共通してみられる点である。西陣織工業組合『西陣織産業映像情報化システムにおける技術上の展望と課題』（昭和54年）では、「西陣の生命力は、○分業化された高度の技術力、○分業の要、織元の想像力と指導力から生まれてくる。・・・（中略）

・・・西陣映像情報システムは、第1期エリアとしてこのような織元を対象に、マーケット情報、デザイン情報など商品企画力の充実、産地コミュニケーションの充実を主目的にし、・・・（中略）・・・また、第2期エリアは生産工程分業家（図案製紋、原料準備等各工程）、第3期エリアは問屋（産地、室町）と情報網を拡大」（下線部筆者）というように、企画（織元）→現業（生産工程）→問屋（室町）と情報化を段階的に推進する方針を打ち出している。実は、このような段階的な推進策が織元優位の情報化をもたらし、現業と卸部門の非協力を誘発する結果となった。以下詳しくこの問題点を検討する。

西陣織産業映像情報システム JIN-OVIS は、1975年に開始された「第1次西陣機業振興五カ年計画」の柱として打ち出され、HI-OVIS を応用して、双方向メディア、光ファイバー、コンピュータ、映像を組みあわせる情報ネットワーク・システムである（図 20・21 参照）。

【図 20 JIN-OVIS 概念図】（出所：京都市経済局『西陣織産業映像情報の活用に関する調査

研究報告書』1970年を参照して筆者作成）

【図 21 JIN-OVIS の情報の流れ】（出所：前掲書参照して筆者作成）

JIN-OVIS の試行は、次のような問題を解決できないまま導入された。第1は、初期投資の問題である。システム建設費の概算は45億円であったが、借入金が30%に達し、ランニング・コストも年間2億6000万円であり、中小織元にとって大きな負担となった。第2は、推進主体の問題である。織元中心であり、現業部門の参加は次段階へ先送りされ、情報が織元に一元的に集中し、映像情報プログラムも織元の商品企画・図案制作中心に開発され、現業工程のプログラムは進まなかった（図19. 20参照）。当時の染色業組合は次のように指摘している。

- 1, この10年間、染め工場は流通に関して全く関与していなかった。
- 2, 流通システムの激変に対して、染め工場は受け身であり、対応を余儀なくされた。
- 3, その結果染め工場全体にとって、（イ）計画生産が不可能となり、（ロ）限られた枠のなかでしか付加価値の創造を得ることができなかった、（ハ）染め工工場は優勝劣敗のしのぎを削ることになり、（ニ）総合的な意味でこの産業の発展に大きな損失を来したと推測される。

（出所：京都友禅協同組合『我が業界 友禅の明日を考える』1979年）

染色業者にとっては、織元の主導する JIN-OVIS は、作業の進捗状況を単に報告するに過ぎないものであり、織元への従属性を一層強めることになり、加工賃競争が誘発される結果となった。

第3は、室町卸の問題である。情報化による製販直結は、従来の室町卸問屋→集散地問屋→地方問屋→小売店という流通チャネルを再編し、室町卸の主導権を奪う可能性があり、危機感を抱いた室町卸は、JIN-OVIS に非協力の態度をとった。

こうした JIN-OVIS をめぐって誘発された矛盾を回避するために、漸進的な修正がおこなわれた。しかし JIN-OVIS は5年間の実験を経て中止され、次いで VRS（画像応答システム）に転換した。VRS は、NTT が1997年に実験サービスを開始したキャプテンと Hi-OVIS の中間に位置するシステムで、静止画、動画、同報動画、リクエスト動画などのサービスを提供するのに適している。VRS は、組み合わせプログラムとソフト作成が難解で、広帯域伝送のコストが高くなるが、光ファイバーケーブルの敷設が進めばコストは安くなると見通された。西陣織工業組合が VRS へ転換した理由は、第1に画像伝送の時は光ファイバーで、ユーザーのアクセスは電話回線であるためコストは変わらないこと。第2に配色の組み合わせが、キャプテンの16色、JIN-OVIS の40種に較べて無限であり、しかも色と形の変更が可能な CAD 機能による高精細の画像を提供でき、コンピュータによるデザインと図柄・模様のデータベースを構築して、必要な情報を必要な時に瞬時に取り出すことができるという点にあった（図 22 参照）。

【図 22 VRS 概念図】（出所：日刊工業新聞社『企業 & 地域INS』1984年 参照
して筆者作成）

この西陣織産業映像情報システム VRS も、コスト負担とセキュリティー問題に直面した。しかしそれ以上に深刻な問題は、大手織元が西陣産地外の出機へ依存する傾向が進み（丹後→韓国→中国→中国→東南アジア）、産地全体の振興よりも個別の織元による競争的な姿勢が強まったことである。

このように JIN-OVIS と VRS はともに失敗し、現在は稼動していない。この原因は、主として西陣織の製品開発と情報化の関係にあった。西陣織の製品開発の選択肢は、伝統的高級品による差別化戦略か、アパレル洋装化戦略及びインテリアなどの洋品化戦略の三つであったが、結果的には高級品の差別化戦略に重点を置いたソフト開発を先行させ、洋装やインテリア路線は採用されなかったのである。

西陣織情報化戦略が開始された1978年（昭和53年）からほぼ10年が経過した1989年に実施された「第12次西陣機業調査」をみると、コンピュータ導入に対する業者の評価が分かる（表 25 参照）。

【表 25 コンピュータ導入について】（出所：『第12次西陣機業調査の概要』

P4より筆者作成）

コンピュータ導入に関して、既に導入している企業は、18.7 %でそのうち 11.1 %は経営管理という事務労働の情報化であり、意匠・デザイン作成工程への導入は少ない。また「導入予定なし」が 58.2 %あり、依然として織元の経験主義的な勘に依存する傾向が強く残っていることが分かる。この傾向は「重視する機能」において、「商品開発力」が 75.8 %あるが、その鍵となる「情報収集力」と「人材育成」が 20 %台であることから分かる。

(2) 室町「情報武装型卸売業」戦略はなぜ混迷しているか

京鹿の子絞は、京都室町問屋を中心に大阪・名古屋・東京の集散地問屋を経て全国的に流通する。室町問屋は、前売（集散地機能）と染呉服製造元卸（産地製造機能）と白生地供給を兼業化し、仲間取引をおこないながら全国流通チャネルの主導権を握っている（図 23 参照）。

【図 23 室町問屋の和装品流通チャネル】（出所：京都府中小企業総合指導所『京都府産業の展望』）

一般製造業に較べて長期サイクルである伝統和装産品では、小口・多頻度

配品が要求されず、しかも室町卸のような専門化された高度のスキル（目利き）は、容易に異業種の参入を許さなかった。しかし、洋品や洋装分野への参入が進むに従い、室町卸商を介在させない新たな流通チャネルの試行をメーカーが始めた（前記の鹿の子絞振興協同組合参照）。ここから室町卸の主導権を維持し、しかも従来の経験主義的な経営手法（個人的接触、同族優先、人柄重視）を打破するマーケティングを展望したのが、京都織物卸商業組合の「情報武装型卸売業」戦略である。この情報武装型卸売業は、問屋消滅論に対抗して、通商産業省が1985年に提起した『情報武装型卸売業ビジョン』をモデルとしている（図 24 参照）。

【図 24 室町卸商業組合の情報武装卸売業】（出所：筆者作成）

ところが個々の室町卸商の対応は、店内事務処理や本支店間業務処理のオンライン化に止まり、最終的な目標である企業間ネットワークの構築に至る前に挫折した。その理由は第1に、和装産品自体が、他の日用雑貨や加工食品と異なり、感性や好みという数値化しにくい製品群であり、またアパレルのように売れ筋と死に筋が短サイクルで明白になるといった特性がなく、室町卸は和装産品主体である限りそれほどQR供給を求めないからである。第2は、情報化による取引契約の近代化と既成の取引慣行との間に矛盾が発生した。「浮貸」と言われてきたリベートを伴う委託販売制や返品制の存在など、データ化されない取引慣行が温存されてきたからである。第3に、取引先が商品コードや伝票・帳簿・伝送の専用プロトコルとフォーマットを求めるため、標準化が進まず、システム・ファイルとソフトウェアのコストが増大したことである。第4に最も重要な理由は、室町卸商の情報ネットワークそれ自体への懐疑である。特に、需要動向の共同VANによる把握は、卸商の企業ノウハウを公開することになり、「売れ筋」への模倣を誘発するのではないかという不安である。

(3) 播州織「先染織物工程情報オンライン・システム」はなぜ失敗したか

【図 25 播州織機業地域】（出所：西脇青年会議所資料）

兵庫県北播磨地域は、神戸市北西約40kmにある内陸部2市6町村からなり、その中心である西脇市は兵庫県の内陸部に位置する人口約38000人の都市で、市内を流れる加古川と杉原川の良質な水が織物産業を生み出した。播州織の起源は、寛政4年（1793年）に比延庄村（現 西脇市比延町）の大工飛田安兵衛が京都西陣織の技術を導入したことに始まり、現在ではドレスシャツを主力製品とする世界最大の輸出型綿スフ先染織物産地として形成された。先染め織物は、原糸を染色方法別に分け、チーズ染色の場合はソフト・チーズ巻き、ビーム染色の場合は荒巻整経をおこなう。染色後、経糸はサイジング（糊付）、畦取り、経通しをおこない、緯糸は管巻（有杼織機）またはコーン巻き（革新織機）を施して製織し、検反→整理加工→検査→梱包→出荷へと進む（図26・27）。

【図26 播州織生産工程】（出所：筆者作成）

【図27 播州織の社会的分業と企業間関係】（出所：筆者作成）

産地のコンダクターである産元商社は、原材料の仕入れから市場情報の収集・商品企画・需要開拓の中核機能を独占し、専門化した各工程の情報伝達と需給調整をおこなう。このような産地の精緻な社会的分業が進展した背景には、①先染ギンガム織物の世界市場における安定した市場占拠率（日本1／2：韓国1／4：台湾1／4）、②多品種少量生産に対応する機織と染色の技術的分業、③親方－子方の家内工業的なれん分けの慣習などがあった。

織布部門の経営は、戦前期昭和12年までの[糸買い縞売り]（自己責任で原糸を買い、自ら製織し販売する）から、昭和13年に[賃織]（前年の戦時統制によって綿花輸入量が許可制となり紡績の支配が強まった）へ移行し、昭和30年代に入ると[ネット工賃]（米国向け品質管理のため産元の染色工場指定方式で、織工賃のみ産元から受け取る）が採用されて、織布業者は賃織製織に転落する現在の産元統括型システムが確立した（図28参照）。

【図28賃織形態の変容と産元統括型システム】（出所：兵庫経済研究所『兵庫の地場産業シリーズ第一号』p71）

播州織は85年のプラザ合意以降、輸出市場における価格競争力の低下と、最終製品である衣料品の輸入急増に直面して、生産数量と従業員数が急速に衰退している（表 26・27 参照）。内需転換をめざす多品種小ロット戦略が成功しない背景には、第1に産地の社会的分業関係が小ロット、短納期生産に適さないことである。革新織機の導入は大ロットの効率生産には適したが、糸を頻繁に変える準備工程がうまくゆかない。染色、整理加工工程においても企業合併と大型設備の装置産業化によって、染色時間の短縮ができないのである。形状記憶シャツの開発はヒット商品となったのみで、産地外への広域分業が進展し、より安い工賃を求めて必ずしも西脇市に発注しない事態も生まれている。

【表 26 播州織生産状況推移】（出所：兵庫県織物工業組合連合会『播州織の概要』各年度版より筆者作成）

【表 27 播州織の企業数と従業員数の推移】（出所：兵庫県織物協同組合連合会『播州織の概要』）

高度成長期から現在までの企業間関係の変化をみると、産地内の各部門の階層分化がはげしく進行したことが分かる（図 29 参照）。第1は、装置産業的な性格が強い染色部門では、量産をめざす設備近代化が新規参入障壁となって独占が進み、規模の経済を必要としない準備部門と織布部門は、新規参入による零細事業所数が急増し、過当競争が激化した。第2に、産元商社と現業部門の乖離が進行した。産元商社は生産管理に集中し、情報と企画・営業の中核機能を一元化し、現業部門の商品企画への参加機会は失われた。さらに産元商社は、小売価格決定後に生地値と工賃を決め、手形サイトの長期化（120から150日）や分割払いによって、現業の資金循環を悪化させた。こうした産元商社の現業部門に対する支配力の強化は、現業部門の工賃競争の激化と産元への反発を誘発していった。

【図 29 播州織の企業間関係の変容】（出所：筆者作成）

播州織の衰退に危機感を持った西脇市は、2つの方向で地域経済活性化を試行した。第1は、誘致外来型活性化であり、（株）KTI セミコンダクター（神戸製鋼とテキサスインスツルメントの合併による半導体メーカー）や大型ショッ

ピングセンター、総合ビルなど14企業の誘致と商業開発を計画したが、進出企業の全従業員数900人のうち地元採用者数は300人に過ぎず、また誘致企業は全ての工程を自社工場で基本的に完結したため、地元企業との下請関係や物流による波及効果は生まれなかった。第2は、播州織の技術基盤を生かした新製品開発（形状記憶合金シャツがヒット商品となった）と新分野進出という播州織再活性化計画である。ここでは播州織活性化の一環として試行された情報化戦略が果たして軌道にのったのかどうかを検討する。

播州織の情報化戦略は、産地である西脇市が1984年に通商産業省の「ニューメディア・コミュニティー構想」の指定地域となり、ファッションタウンをめざす産地振興型情報システムである「先染織物工程情報オンラインシステム」と「先染織物データベース・システム」の構築によって始まり、次の年表のように進化した（表28参照）。

【表28 播州産地の情報化戦略年表】（出所：筆者作成）

播州織情報化の基本は、零細で複雑多段階性を持つ個別の企業では取り組めない地域情報システムを共同で構築し、地域活性化を図る戦略である（図 30 参照①から順次⑥に進む）。

【図 30 西脇市ニューメディア構想とVAN】（出所：西脇市『西脇ニューメディア・コミュニティー構想』－1985年）

推進主体として設立された「播州織情報センター」は、製造と卸売の両機能を持つ産元商社を中心に、①先染織物工程情報オンラインシステム（指図書などの受発注書類の情報化）から、②先染織物データベースシステム（情報・業務契約・荷動き情報のデータベース化）を経て、③行政や生活・コミュニティー情報のシステム化を進める中核施設である。現在のところ稼動しているのは、工程の進捗状況を瞬時に把握し、産元商社のオーダーを短納期化するQRS（60日→40日）を推進する①の指図書のオンライン化である。指図書とは、産元商社が現業に示す[品名・数量・納期・染色条件・糊付方法・織上サイズ・加工条件・仕上サイズ・出荷先]の加工条件を示した管理書であり、次のようになっている（図 31 参照）。

【図 31 A産元商社のオンライン・システム】（出所：聴取調査により筆者作成）

「播州織先染織物工程情報オンラインシステム」が、初期段階で早くも混迷に陥った理由は何であろうか。それは、産元商社が総合商社や海外バイヤー

と結ぶ契約の制約条件（品名・数量・納期・支払条件・取引条件・取扱商社・仕向先）及び製造条件（染色・糊付・織上・加工・仕上げサイズ）と原価条件（染工賃・織工賃・加工賃・糸代・成約値・単位原価・単位利益）の非公開性にある。これらの契約情報は、産元商社の顧客・受注先・納期・稼働率などの企業秘密に係わる内部情報であり、本来オープン化困難な情報である。従って、指図書に記される情報は、[品名・数量・納期・製造条件]であり、[最終販売先・原価・利益・支払条件]は当然記載されない。すると、現業部門にとっての指図書オンライン化の意味は、作業の進捗状況をリアルに産元商社に単方向で報告するシステムにしか過ぎなく、逆に自らの裁量度は制限され、作業の繁茂性と労力のコストは上昇する結果をもたらした。こうして産元商社と現業部門の垂直的な従属関係は更に進行し、現業部門のインセンティブの衰弱と情報化への反発が誘発された。

こうした「播州織先染織物工程情報オンラインシステム」の混迷は、社会的分業の頂点に位置する産元商社が主導し、現業部門との取引集中の再検討を図るなどの改善を加えず、既成の生産システムを情報化に置き換えたに過ぎず、現業部門の工賃競争を誘発する事態となった。この背景には、通産省のニューメディア・コミュニティー構想が、播州織情報化計画を地域情報化計画の下位構想と位置づけたこと、「播州織情報化センター」が産元商社主導型で編成され、産地全体のコーディネート機能を十分に発揮し得ない組織となったからである。「播州織先染織物情報オンラインシステム」の問題は、情報化戦略の成功の帰趨が、部門間の水平型ネットワーク組織による双方向的なオンラインシステムの構築にかかっていることを明白に示した。

以上の「播州織先染織物情報オンラインシステム」と並行して試行されたのが、繊維リソースセンターである。兵庫県は、1991年（平成3年）に『兵庫県地場産業振興ビジョン』を策定し、翌年（財）「北播磨地場産業開発機構」が繊維リソースセンターとして設立された。このビジョンの最大の特徴は、「力のある企業の育成と力のある産地の形成に向けて、・・・（中略）・・・分業体制を生かしながら、振興のための中枢機構がオルガナイザーとなって、産地基盤の強化をめざす」（『兵庫県地場産業振興ビジョン』 下線部筆者）という

ように、実質的には大手産元商社を核とするグループ（LPU 相互補完連携グループ）の編成にあった。しかし、西陣織と同様に、大手産元商社が主導する企業間連携が、現業部門との軋轢を生んで機能不全に陥った。こうして播州織の情報化は、一方では通産省の中小企業構造改善事業（兵庫県織物協同組合連合会『播州織構造改善ビジョンー総合織物産地をめざして』（1989年）と、他方では『繊維ビジョン』によるリソースセンター（LPU）事業（播州織21世紀委員会『播州織21世紀戦略ビジョン』1993年及び播州織戦略検討会議『播州織21世紀戦略ビジョン＜行動計画＞』1996年）という2つの構想が併立して推進されることとなっが、何れも産地組合の再編成を含む変革をめざす点で、西陣織の戦略と較べて徹底した内容となっている。両ビジョンは現状認識と将来戦略がほとんど共通しているのもかかわらず、相互の計画を連携させる体制がなく、ここに播州織情報化戦略の決定的な問題があった（表 29 参照）。

【表 29 播州織産地振興ビジョン比較】（出所：兵庫県織物協同組合連合会資料をもとに筆者作成）

播州織産地の構造改善の注目すべき点は、分業による作業のロスと価格競争を打開する共同整理加工工場や準備工程の協業化をめざしている点にある。準備工程の協業化は、組合による共同準備工場形態と、個別組合員による自主的な協業があるが、いずれも設備近代化のコストを共同して担い、共同受注と共同販売によって適性工賃を確保し、製品の品質を一元化するねらいがある（図 32 参照）。このような共同化に対する業者の期待は、42.5 %と高く（全国平均 20.8 %）、その内容は、工場集団化 21.7 %＞共同出資会社 11.3 %＞合併 5.0 %＞その他 4.5 %となっている（表 30 参照）。しかも共同化への期待を規模別にみると、全国的には零細規模ほど高く大企業ほど低いのに対し、播州織産地では20台以下の零細機業と100台以上の大機業での共同化指向が高いという特徴的な傾向がある（表 31 参照）。

【図 32 組合経営による共同準備工場（案）】（出所：兵庫県商工労働部『播州織

産地診断勧告書及び報告書』昭和40年 P 345を参照して筆者作成）

【表 30 共同化工場の希望割合】（出所：兵庫県商工労働部『播州織産地診断勧告
書及び報告書』昭和40年P364）

【表 31 規模別にみた共同化希望状況】（出所：前掲書P366）

さらに共同事業の指向においても、播州織産地は全国平均に較べて抜きん出た高水準を示し、賃織共同受注 29.4 % > 共同炊事 23.8 % > 副資材共同購入 19.4 % > 共同寄宿舍 15.3 % > 共同販売 14.9 % > 金融事業 14.3 % となっている。規模別の共同事業の指向をみると、全体として共同受注と共同炊事が高く、特に20台未満の零細機業で顕著な期待がある。50～100台の中堅機業において共同炊事の指向が強く、100台以上の大機業においても共同購入と共同販売への指向が強い。兵庫県商工労働部の調査がおこなわれた昭和39年8月は、政府による中小企業共同化政策の広報活動がおこなわれる遙か以前であり、播州織産地が共同化と協同化によって危機を乗り越えてきた歴史的な経験とインセンティブが強くあったことを示している。このような播州織の共同化の経験は、織布工場ではなく後工程の整理加工部門が中心となったこと、及び共同化のねらいが少品種大量生産による「規模の利益」追求にあったという歴史的な限界があり、多品種少量生産への展望をはらんだものではなかった。しかし、分業工程の相互の無関心と工程内の加工賃競争を克服し、賃織制から綿売制への復帰の可能性を秘めた貴重な試行であったといえる。

従って問題は、多品種少量生産と製品差別化に向かう新たな共同化にあり、過去の貴重な共同化の基盤を生かした LPU を中心とする中核企業主導と情報

ネットワークを構築する必要がある、おそらくこの点に播州織産地の将来が懸かっている。つまり、すでに先駆的に試行されている遠州産地の LPU と京鹿の子絞の総合加工方式などと並ぶ零細機業排除型ではない LPU 戦略の可能性をはらんでいる。遠州産地では、準備工程を含めた織布までの生産機能を持つ10機業程度からなる親機中心のグループと、織布から染色・販売の機能を含めた産元商社のグループ化が推進され、グループ内で企画や資金・技術・販売の能力を持つ中核企業群が形成されようとしており、今後注目される産地である（静岡県商工部・遠州綿スフ織物構造改善工業組合『静岡県広幅織物産地振興ビジョン』昭和54年参照）。最後に西陣織・室町卸・播州織の情報化戦略を対比的に整理する（表 32 参照）。

【表 32 西陣織・播州織・室町卸情報化戦略の比較】（出所：3産地資料により筆者作成）

3) 伝統和装産業における情報化限界論の検討

伝統和装産地での情報化戦略の混迷ないし失敗は、伝統和装産業の情報化それ自体への疑問を生んだ。伝統和装産業における情報化限界論の代表的な主張を検討する。第1は、和装製品は必ずしもQR機能を求めないから、情報化に本格的に取り組む必要はないという主張である。その論拠は、素材がほぼシルクや綿であり、フォルムも歴史的に固定され、需要が冠婚葬祭時に限られた現状では、短サイクルのファッション性は求められないということにある。確かに和装製品は、企画と発注から数ヶ月を要する長周期性があり、QRを追求するならば逆に未稼働（アキ）期間が拡大され、売れ筋への模倣が発生したり、追加受注の困難性が生まれ、結果的に全量受注による見切り商品が発生させる。

第2は、伝統和装産業の垂直統合的な問屋制の生産・流通システムは、情報化による水平型ネットワーク組織への再編によってシステム間闘争を誘発するという主張である。例えば、京友禅の伝統的な生産システムは次のようになっている（図33参照）。

【図33 京友禅の生産・流通システム】

このシステムに、情報化による生産自動化と即納性を実現すると、織物産地では織元による関連工程の内部化と出機の内機への編成替えや、染加工工程の統合と集中が誘発され、流通チャネルでは製販直結によって白生地・染加工・前売等の問屋の再編・統合が進むと予測される。また、垂直連携による LPU（実需対応型補完連携グループ）を導入した場合には、大規模小売業（チェーン・百貨店）が産地有力メーカーと直接取り引きする製販直結が起こり、既存の各種問屋が排除される。また染め見本によって、最終需要者からの直接受注をおこなっていた誂友禅は、染め見本の映像情報化によって、問屋や小売店の排除が誘発され、さらに仲間取引によるリスク分散という棲み分け効果は期待できず、一層の業者間競争の激化が予測される。

第3は、オープン化に伴うセキュリティの問題である。企業内で占有され秘匿されてきた衣装とデザイン原画は、製品競争の比較優位の条件であったが、セキュリティ技術が未熟なままオープン化されると、盗用や模倣が多発してメーカーは大打撃を受けるのではないかという危惧である。

以上のような伝統和装産業の情報化消極論の論拠は、果たして正しいであろうか。第1に、伝統和装産業の産地システムの問題は、実は情報化とは無関係に、すでに産地システムの再編の課題として提起されてきた歴史的な経過がある（通商産業省『新・旧繊維ビジョン』）。京鹿の子絞振興協同組合がめざす「総合加工方式」という先駆的な試行は、まさに情報化とは無関係に提起された産地システムの変革であった（第2章（2）参照）。さらに伝統和装産業の海外委託生産が進み、国内完結型生産システムの崩壊と、東アジア国際分業

への移行は所与の避け得ない実態となっている。従って、情報化消極論の論拠であるシステム矛盾論は、伝統的な国内産地完結型システム維持論による実質的な反情報化論であり、製品差別化を推進しようとしている産地のインセンティブに対する説得力を持たない。

第2に、セキュリティーの問題は、プロトコル標準化という技術的な側面と、知的財産権という法的な側面がある。しかし重要なことは、すでに産地では、コービス社（マイクロソフト子会社 ビル・ゲイツ社長）によるデザイン原画のデジタル化権の取得攻勢がかけられ、多くの原画が流出しているという実態があり、外国資本によるデジタル攻勢に対抗するという緊急の課題に迫られている。従ってセキュリティー問題を主張する真の理由は、原画の非オープン化による製造問屋（織元・産地商社）の支配的地位の維持にある。情報の非対称性の除去やデータによる計画生産を可能とする企業間パートナーシップが緊急の産地課題となっているなかで、セキュリティー問題を理由とする情報化消極論は、一部の製造問屋の主張に終わっている。

第3に、システム間闘争を回避する妥協として、情報化を「交流と発信」レベルにとどめようとする漸進的情報化論がある。しかし播州織産地の情報化試行例の失敗でみたように、初期情報化は事実上、産元商社（織元）への情報一元化を意味し、既成の垂直統合型生産システムにおける産元商社の支配を強化し、水平的なネットワーク型産地システムの形成を阻害する結果になることは明らかである。

4) 京都染織デジタルアーカイブ戦略の試行

デジタルアーカイブは、記録保管所を意味する archives と digital を組み合わせた月尾嘉男氏の造語であり、歴史文化財や資産を高精細デジタル映像で記録し、半永久的にデータベース化に保存・蓄積して公開することにより、貴重な文化遺産を次世代に伝えたり、新産業創出をめざすものである。伝統和装産業の分野では、デザイン原画と高度な秘伝的工芸技法を、三次元CADによってデジタル化し、新製品開発やオンデマンド商品開発に生かすねらいがある。高

度の技法の継承は、従来の親方－徒弟という属人的な形態から、三次元モーションキャプチャリングによる映像学習に移行する。デジタルアーカイブの先駆的な試行は、すでに地域情報化の分野で「石川県新情報府構想」、「GIFU デジタルアーカイブ構想」、「山梨県デジタルアーカイブ推進構想」、「しまねフロンティアネットワーク構想」等があるが、ここでは伝統和装産業のデジタルアーカイブ構想に焦点をあてて考える。

匠の技と高度技術を融合して”新伝統産業品”を開発するワンソース・マルチユース戦略が、京都市『高度情報化推進のための京都市行動計画～情報新世紀・京都21』によって提起され、デジタルアーカイブ構想とその推進機関として「京都デジタルアーカイブ推進機構」が設立された（1998年設立 2001年に京都デジタルアーカイブ研究センターに改組）。この背景には、京都の和装産業の衰弱による中心市街地の空洞化を克服しようとする都市型成長産業の開発と起業化（インキュベータ）が求められていることにある。

西陣織・友禅染・京縫の衣装と図案を収集・デジタル化し（当面著作権が明確な2000点）、文具やインテリア・ファッション製品に商品化するチームが立ち上がり、次いで画像管理システム、動画管理システム、検索情報提供システムが稼働を始めた（図 34 参照）。

【図 34 京都デジタルアーカイブ推進機構イメージ】（出所：同「機構」資料より筆者作成）

り筆者作成）

京都市『情報新世紀・京都21』では、デジタル化の優先順位を、最初に早急に対応しないと失われる可能性があるもの（伝統工芸の技能とノウハウ、開発によって失われる町屋など）、次に所在を明らかにする情報（京都の地域資源・情報資源）、最後に既に機能を持つもの（大学や研究機関の知的インフラや博物館と美術館の収蔵物）としている。この優先順位の最上位に位置づけられた伝統染織のデザイン原画のデジタルアーカイブ化を進める専門部会として、「京都染色デジタルアーカイブ研究会」が発足した。

「京都染色デジタルアーカイブ研究会」の目標は、第1フェーズ（調査活動）と第2フェーズ（商品化・事業化）に区分されているが、すでに染織デザインのデータベース化とデジタルコンテンツの流通実験がはじまり（1999年 F社・IMJ社提携）、教育関係へのダイレクト・マーケティング（K社・D社提携）や、西陣織の模様と色組み合わせをデータベース化した世界配信が始動している（ベンチャーI研究所との提携）。

この染色のデータベース化は、業者の間に少なからぬ波紋を呼んだ。第1は、ぼかし等の微妙で精細な引染技法は、データベース化の技術的な限界があるのではないか、さらに第2は、図案を所有しない業者がデータベースから排除されるデバインドを誘発するのではないか、第3は過去の盗用問題の頻発と同じ

ように、意匠所有者の知的財産権は本当に守られるのか、第4に「目利き」といわれる独自の属人的なスキルをもっと尊重すべきではないか等である。

このような疑問は、なぜデータベース化を始めるのかという本来的な意義に立ち戻って議論するなかで解決されていった。京都の伝統染織産業の比較優位性は、ファッション産業が持つテキスタイルと縫製技術にあり、賃加工に終止しないクリエイティブな製品開発によるファクトリー・ブランドの創出にしかない。アジア的な風土にマッチしたジャパンオリジナルのグローバルな製品創造のなかにしか、京都の伝統染織産業の再生の途はない。流通における問屋主導型の壁を打破し、海外委託生産をネットワークで結ぶ”バーチャル”産地を形成していくためのデジタルアーカイブ戦略の意義が改めて確認されている。

第4章 名古屋市有松・鳴海絞の挑戦－内発型発展の模索

1) 有松・鳴海絞の形成と展開

山崎充氏は、地場産業の類型化をおこない（『日本の地場産業』ダイヤモンド社）、産地形成が江戸期以前か明治期以降かによる[伝統型－近代型]、輸出比率が10%以上あるかないかによる[輸出型－内需型]、立地による[都市型－地方型]、生産形態による[社会的分業型－工場一貫生産型]、地域的分業形態による[産地完結型－非産地完結型]の5類型に分けている。

この山崎類型論を有松・鳴海絞に適用すると、江戸期に産地形成をした[伝統型]－国内和装市場主体の[内需型]－発生史的には[地方型]であるが立地論的には[都市型]－絞商を頂点とする精緻な[社会的分業型]－江戸期の[産地完結型]から原材料や括り工程の海外移転による急速な[非産地完結型]への移行という特徴が浮き彫りとなる。

このような特質を持つ有松・鳴海絞の形成と展開の過程を、江戸期における発生史からみていく。江戸期の寛文～文政年間（1661～1681年）にかけて、江戸と大坂を中心とする全国的な市場圏が再編成され、その物流拠点として江

戸・大坂・京都を結ぶ基幹ルートである東海道の宿場町が形成され、それを補完するかたちで助郷村が配置される。このなかで尾張藩の拠点である鳴海本陣－池鯉埒間の合宿として、荒廃地であった有松村の開発が計画され、夫役免除（慶長13年）による移住奨励策が実施された。新村開拓は隣接する桶狭間村の支郷としてはじまり、阿久比村から最初の数名が入植し、開村後17年で29名が移住した。尾張藩はさらに入植を進めるために、寛永2年に屋敷地9反1歩を免税地としたが、同年の検地では有松村全石高14石5斗8升3合（田畑2町7反1畝）という零細経営であり農業専業は不可能であった。入植者は、東海道街道客を対象とする草鞋や団子・酒・雑貨販売等の副業を試みたが（宿場は鳴海の特権であり、有松で「御宿」や「お下宿」・「茶屋」の営業は出来ない）、村独自の特産物の開発を迫られるに至った。有松絞の開発された基礎条件は、出身村である阿久比の庄で手織の木綿生産があり、綿作の機業化を保障する製織の株仲間特権の成立とともに、知多木綿の生産が始まり、木綿製造組合が成立したことにある。有松絞の開発者として、竹田庄九郎説と三浦玄忠夫人説の二説があるが、何れも外来者によってもたらされた外発的な開発であった。

鳴海絞は、慶應元年（1965年）の大口作による零細農家の飢餓を契機とする。尾張藩は、凶慌対策として江州地方から麻職人数10名を招いて麻織生産を始めたが失敗し、慶應2年（1866年）に服部輿右衛門と森井半兵衛による絞り技法の開発を受けて、明治2年（1869年）に七間町に國産役所を設置して国産品に指定し、服部と森井を國産係に任命して販売に乗り出した。こうした絞り生産の拡大は、農民層の階層分化を誘発し、絞り専業とする絞商を頂点とする問屋制が形成される。括り作業は下層農家の副業となり、絞商と括職を仲介する取次職（影職）の発生から、染め方を専業とする紺屋を経て、生地仕入れ後の晒屋の成立によって、絞商は生産の全過程の統括者となった。絞商は木綿の流通過程にも介入し、木綿販売株を所有する「木綿仲買人」を兼職する在地大商人に成長する。

しかし、街道客を対象とする小営業的な農村加工業の販売流通力を補完し、有力な財政基盤として組み入れたい尾張藩は、「絞染改改所」による生産の統

制を開始する。絞り用の生地には尺巾を定め、藩印（御朱印）を押して独占販売するかわりに、1反につき銀壺分の冥加金を納めるというシステムである（『有松絞来歴調査書』参照）。尾張藩は天明元年（1781年）に『絞染職分取締触書』を公布し、有松村の絞り生産の独占権を認め、有松村以外の14名に対しては「有松絞支配所」への運上銀の納入を義務づけ、その後20年間で転職するか有松に移住するかを選択を迫った。有松村は、文化元年（1804年）に「絞会所」を設置して株仲間を結成し、藩への冥加金の納入と絞印肉料の徴収を規定した『絞染職分取締触書』を策定した。こうして有松絞商21軒の支配権が確定し、世襲制による絞り生産の独占が成立し（図 35 参照）、絞りに特化した全国最大級の産地集積地が形成された（図 36・37 参照）。

【図 35 尾張藩の絞り生産統制と株仲間特権】（出所：筆者作成）

【図 36 幕末・明治期の絞業の分布】（出所：『有松しぼり』）

【図 37 愛知県下絞り加工地の分布】（出所：鳴海絞り商工協同組合『鳴海
絞』1979年）

明治政府の勸業政策による営業の自由化によって、株仲間特権は崩壊し、愛知県勸業課による種々の勸業政策によって新規参入が相次いだ。営業の自由化と競争の開始は、企業家精神による染色と括り工程を中心とする技術革新を誘発し、封建的な株仲間特権にかわる技術専用特権へのインセンティブを生んだ。この時期における技術革新と品質管理はめざましいものがあり、現代の絞り技法のほとんどがこの時期に開発された。以下有松・鳴海絞の技術開発を推進した典型的な例をみる。

2) 有松・鳴海絞にみる企業家精神の苦闘－新たな技法開発と製品管理

有松・鳴海絞の製品開発の過程をたどれば、絞り業の衰退と限界を突破してきた挑戦的な企業家精神の重要な意義が明らかとなる。伝統的な生産技術や技法を固守して既成システムに安住する局面では衰退が起こり、新たな技術と技法のフロンティアを求めて挑戦する企業家精神とともに産地の活性化がもたらされてきたことを証明している。この意味で伝統地場産業の「伝統性」とは、絶えざるイノベーションの歴史でもあった。

絞りの技術革新は、製品差別化の中核工程である染色技術と括り技法の開発に始まり、意匠登録（10年専用権）や特許権（15年専用権）・実用新案登録などの技術特権と連動し、絶対的な競争優位を得ることことができるから、こうした技術開発による専用権設定に成功した絞商は、江戸期以来の絞商にかわって生産を支配するチャンスを手に入れることができる。こうして有松・鳴海絞の技術的基礎を確立するイノベーションが誘発されたのであるが、一方技術特許設定をめぐる訴訟が続発し（鈴木金蔵の第595号訴訟が代表的な訴訟後述）、これらの訴訟を調整する絞業界団体の統一組織が求められた（表 33 参照）。

【表 33 有松・鳴海絞産地組合の歴史的変容】（出所：組合資料により筆者作成）

次いで創造的で挑戦的なアプローチを駆使して、有松絞のイノベーションを推進してきた歴史上の企業家精神の代表的な例をみる。

【鈴木金蔵 1840年（天保8年）生まれ】

明治初期の絞り業の衰退と有松村の困窮を打開した画期的なイノベーターが鈴木金蔵である。1840年（天保8年）に絞職人舛屋鈴木伴右衛門の子として生まれ、1853年（嘉永6年ペリー来航時 14歳）に養老影絞を考案し、1863年（文久3年 薩英戦争時）には精米器を考案して名古屋に進出し米穀業を営んだ。1876年（明治9年）に有松に帰還した時の職業は「紙屑小寄渡世」と記され零落していたことを示している。

有松絞復帰後の彼のインキュベーションは素晴らしく、1877年（明治10年）に新筋絞（養老絞を折り畳んで糸巻きにし、多彩な模様を表現する）を発明し、軽便な機械で低コストを実現して圧倒的な価格優位性を築いた。1878年（明治11年）には、見幸絞・玉蔭絞・嵐絞（絞り柄が百種を越える世界に比類のない画期的な技法といわれる）という端麗な藍色の染色と高品質による高付加価値製品を創り出した。1890年（明治28年）には、日本錦・日本桜と言われる新筋絞をさらに優雅に発展させた高付加価値製品の大量生産に成功し（従

来1～2反/1日1人を10反/1日1人)、販路を一気に拡大した。1897年(明治30年)には、日本桜の専用権を取得し、さらにミシン括りの特許権を取得したが、翌年には公開と権利の分与をおこない、有松絞の総生産高を急上昇させた。同時に工場制機械加工をめざす有松絞製造請負合資会社を設立する構想を抱いたが未完に終わった。

鈴木金蔵の特徴は、機械化をめざす技術革新と高付加価値製品の開発及び工場制大量生産への指向にあり、開発技術をオープン化して産地全体へ環流したことにある。

【竹田林三郎 1939年(天保7年)生まれ】

竹田林三郎は、有松大手絞商竹田家の一族として1838年(天保7年)に生まれ、鈴木に継ぐイノベーターとして、家業をなげうち全財産を投入して技術開発に専念した。1869年(明治2年)に、竹の皮を用いて包括し、その部分だけを白く残す高度の技法である総紺白抜絞を開発し、さらに竹製の簀子を用いた養老簀子絞を開発し、鈴木が開発した嵐絞と並ぶブランドを創った。次いで1891年(明治24年)には、通称紺吹捺染技法と呼ばれる地白紺絞模様押捺を開発し、画期的な技術革新と言われた。

明治初期の有松絞の混迷は、鈴木金蔵と竹田林三郎のような技術革新のフロントランナーによって打開され、産地の技術革新運動の高揚と、多くの意匠登録や実用新案と特許権設定による製品差別化競争を誘発した。明治から大正に至る絞り技法と括り機の特許権、意匠登録・実用新案は、全部で42件のぼっている(表34参照)。

【表34 明治期特許・意匠登録・実用新案一覧】(出所：名古屋

市『絞りに関する調査』P33参照)

なぜ明治初期に、手作業工程の機械化、工程の簡便化・精緻化を試行するイノベーションが爆発的に起こったのであろうか。それは、江戸期の株仲間特権によって制限されていた「営業の自由」が全面的にオープン化され、今まで抑圧されていた企業家精神が奔流のように爆発し、一斉に開花したからである。

次に注目するのは、産地ブランド性を向上させる製品管理の手法である。1905年（明治38年）に発足した「有松絞商工同業組合」の規約では、「当組合ハ有松絞ノ製造又ハ販売ヲナスコトヲ以テ組織ス」とし、定款第2条第4項で「検査所ヲ設ケ、組合員ノ用フル原材料並ニ製造品ヲ検査セシムルコト」と規定し、製品規格の統一を図り、証紙無添付製品の販売を禁止している。全国各地で開催された博覧会や共進会で獲た賞をみると、有松絞の品質水準が全国上位にあったことが分かる。品質向上のための派遣研修制度が導入され、1904年（明治37年）の内國勸業博覧会（役員と事務職工派遣）、1907年（明治40年）第9回関西府県聯合共催会（知多郡長の要請により事務二名派遣）、1908年（明治41年）長野県主催1府10県連合共進会（事務1名派遣）への派遣研修をおこなっている。

大正期にはいると、鳴海や大高等の近郊農村が絞り生産に参入し、その結果粗製濫造の粗悪品が横行した。これに対し業界は、共同生産・共同販売の「有限会社鳴海絞販売購買会社 産廣社」を設立したり、「絞改良実施細則」

（愛知縣絞同業組合聯合会）を制定し、改良委員会や研究発表会など品質競争へのインセンティブを喚起する取り組みを強化していった（表 35 参照）。こうして有松絞は、東海道宿駅に零から派生した無名の地場産業であったにもかかわらず、京鹿の子絞と並ぶ全国的な絞りブランドを構築したのである。

【表 35 昭和初期の製品管理年表】（出所：組合資料により筆者）

3) 有松・鳴海絞にみる経営現代化の展開

日本人の伝統的工芸品に対するイメージをみると、「技術が素晴らしい」、「格調や風格がある」、「あきがこない」、「使い込むほど味が出る」など伝産品の工芸的側面に対する高い評価があるものの、一方では「値段が高い」、「ぜいたく」、「面倒」、「古くさい」などの消極的評価がある。また伝産品が現代生活で使用されるための条件として、「安価にする」、「現代にあった使い方」、「簡単に使える」などの要望が強く、絞りにおける経営現代化の内容的な目標を示している。

【日本人の伝統的工芸品に対するイメージ】（出所：総理府広報室資料）

【現代生活で使われるために必要なこと】（出所：総理府広報室資料より）

（1）バーチャル・クラフトタウン構想－愛知県絞り工業組合

愛知県絞り工業組合は、ATデザイン、中部産業活性化センター、地域計画建築研究所アルバックと連携して、データベースを構築し、インターネットによって世界のデザイナーとの情報交換と技術交流をおこない、ミラノのデザイナーと契約して製品開発をめざし、世界のデザイナーとのメディアミックスによる市場開拓をめざす。アルバック名古屋事務所は、このプロジェクトをビジネス・インフラ整備のケーススタディーと位置づけ、伝統産業分野での新産業の創出をめざし、中部地域の仮想伝統産業都市（バーチャル・クラフトタウン）をつくるという構想を掲げている（図 38 参照）。

この構想のビジネス・プロセスは、生産加工基地である名古屋市有松と工芸作家デザイナーとアンテナショップをネットワークで結び、市場高感度型QR供給をめざすところにある。生産者からデザイナーへの素材情報とデザイナーから生産者へのデザイン情報の提供が、リアルタイムでおこなわれ、試作のプロモーション段階で販売者からデザイナーへ市場情報がフィードバックされる。データベースに蓄積された素材と絞り技法・染色技法が即座にアウトプットされ、製品開発時間の大幅な短縮が実現する。顧客情報は、商社を介在しないでデザイナーにもたらされ、電子決済システムで即決的な取引が完了するというEコマース事業である。海外との間の素材と人の移動は、情報環境によって

瞬時におこなわれるから、開発と加工工程は極端に短縮される。

但し、素材の質感や肌触りなどのヒューマンインターフェイスを確保する場
は設定される。この構想は未だ仮説的な段階であり、初期投資やランニングコ
ストの問題を含めて試行の段階にある。

【図 38 有松・鳴海絞のバーチャル・クラフトタウン構想】

（２）異業種交流・新製品開発戦略－老舗（株）K商店の場合

現在の有松で最も売上高が大きい絞商は、「（株）藤娘きぬたや」と「（株）浅井絞」及び「（株）竹田嘉兵衛商店」の３大製造卸商であり、前２社は戦後に急成長した会社である。「（株）藤娘きぬたや」は、古着から始めて友禅に入り、その後絞商に移行した製造卸であり、「（株）浅井絞」は昭和１０年に創業したが戦時期に白生地がストップして衰退し、一時期は鉄工関係に転進して、その後絞りに戻り急成長している会社である（浅井絞社長浅井健次氏１９９７年８月聴取調査から）。この２社は、大ロットによる海外生産を行うか、大ロットの仕入れを行う点で共通しており、主として浴衣などの日用定番品市場を対象にしている。（株）浅井絞は、価格競争によって他の絞商を圧倒し、今や有松絞＝浅井絞とも云われる大手に成長し、他の絞商は海外委託生産から撤退を余儀なくされ、浅井絞から製品の二次購入をおこなうまでになった。浅井健次社長は云う。「将来方針は理想と現実がある。理想は結構だが文化では飯が食えない。空洞化と言うが私は空洞化と思っていない。岐阜のように縫製全部を持っていったところは全滅に近く空洞化と言ってよい。絞りは、労働力自体が国内に無くなり生産ができないのだ。空洞化は、生産可能なのに海外に持っていくことを言うのだ。染色を中国でやってもよいのだが、昔から付き合いのある染め屋はうちを当てにしているので、染色は海外に出さない。シルクの染めは京都に出す」と海外委託を全面的に肯定する（１９９７年聴取調査による）。

このような大ロット海外生産の「規模の経済」による価格競争戦略の対極にあるのが、老舗である（株）竹田嘉兵衛商店の経営現代化戦略である。以下は、現社長竹田浩巳氏の聴取調査による（１９９２年８月実施）。「江戸期の絞りは、時代の先端を行くファッション産業であり、浮世絵の絞りを着た役者絵は現代のアイドルのプロマイドであった。現代の絞りがファッション産業として展開するためには、和装以外の分野への転換が求められている。そこで採用した方法が、カジュアル・ファッションデザイナーの三宅一生、山本耀司、川久保玲、高田賢三等によるパリ・コレ参入だ」と絞りによる最先端ファッションの創

造を指向する。絞りの凹凸の立体感を形状記憶技術で保持し、染め際の美と光が透過する美しさを組み合わせるコンセプトによって世界市場に展開し、イタリアでもロメオ・ジリーが絞りを素材としたファッションをミラノ・コレクションで発表するに至った。(株)竹田嘉兵衛商店は、三宅一生に年間4万点の絞り素材を提供する先端的な洋装メーカーへと変貌を遂げつつある。

このような絞り経営の現代化は、産地の生産システムへ影響を及ぼした。なぜなら先端ファッション・ビジネスの製品サイクルは約2ヶ月であるから、徹底したQRが求められ、中国委託生産ではとても納期対応ができず、再び国内生産の復活が課題となったのである。国内生産への回帰の条件である括職の予備軍は、実は意外なところに形成されていた。それは、産地組合や工芸作家が主催する絞り教室から生まれた大量の市民アマチュア労働力であった。

(3) オリジナル・クリエイション戦略ー工芸作家活動

有松・鳴海産地には、絞りの工芸的な美に魅せられた多くの工芸作家が存在し、前衛的な工芸活動を展開し、それが産業化に連動する場合が少なくない。その代表的な例によって、産地のオリジナルな新製品開発を考える。新製品開発戦略は、中小零細性が強い伝産的工芸品産業の伝統に刺激を与え、新たな産業フロンティアの可能性を拓ける契機となった。焼物技術を活用したきめの細かいコーヒー用フィルター、伝統織物をガラスに融合したガラス食器、宝飾品メーカーと窯元の連携によるペンダントやカフス、和紙の表面加工を施したシステムキッチンなど伝統的産業資源活用製品が創出されつつある。

【三戸部克子 住空間に映えるインテリア戦略】

三戸部克子は、絞りを和装から解放して、インテリアにフィットする布とデザインを開発した先駆的な作家である。作品のモチーフは、洋風建築にマッチするインテリアデザインとして、絞りの民族的な伝統性と土俗性を払拭しようというコンセプトにある。三戸部の場合、布は綿、染料は藍を主体に化学染料を副合せ、括りは白蔭絞、杓目絞を中心に主として曲線で表現する。

【榊原あさ子 古典技法の現代的再生】

榊原あさ子は、幼少期から有松絞の家庭に育ち、44歳から本格的に絞りに入り、現在絶滅している幻の蓑絞、みどり絞、白影絞を復興した括り職人である。彼女は云う。「(44歳の頃) ちょうどその頃から韓国絞や中国絞がよく目につくようになった。幼い頃から見てきた絞りの味わいとはどこか違うそれらの絞りに接して、なにか悲しみと焦りみたいな思いに駆られた。こんなことでは、本物の絞りは消えてしまうのではないか。白影絞もみどり絞ももうやる人がいないという。昔の人にできて私たちにできないことはないはずだ。幼い頃から絞りに親しんできた私が、何かの役に立つことができれば、そんな気持ちで絞りに取り組み始めた。有松は分業が確立し、縫う、巻く、染めるなどの工程を担う人が皆異なっている。そのため失敗が出た場合の責任問題で投げ出してしまい、技法が減ったのではないだろうか。私のように一人で全ての工程をおこなったからこそ、幻の絞りといわれる技法を復元させることができたのだと思う」(傍線筆者)。最初の傍線部には、伝統に対する純粋な自負とアイデンティティーがみられ、製品差別化の方向を暗示し、後半の傍線部では、絞り技法の継承と分業の関係を示して京鹿の子絞の「総合加工方式」と類似した生産システムを予告している。

【早川嘉英 SIBORI ブランドの世界展開】

1898年(平成元年)に開催された世界初の国際絞り公募展から、1992年(平成4年)の第1回ISS国際絞り会議(名古屋)を経て、1996年(平成8年)の第2回ISS国際絞り会議(インド アーメダバード)で確認された絞りの今日的な概念は、「シェイプ(形状)によるレジストダイ(防染)」であり、伝承されてきた高度の熟練技法を駆使する何者にも束縛されない自由な自己表現としての絞りである(参照: 国際絞り会議運営委員会『国際絞り会議事業報告書』1996年)。

個性表現の切り札としての手仕事や、天然原料による自然との共生をめざす「絞りコミュニティー」の発足、絞りの国際的な情報交流を行う「ワールド絞りネットワークWSN」などのグローバルな活動のコンセプトは、伝統工芸と先端技術の融合による現代型染織産業の創出にあり、早川嘉英はそのフロントラ

ンナーとして工芸作家活動を展開している。

4) 有松・鳴海絞ルネッサンスの可能性を求めて

ここでは、有松・鳴海絞の産地特性、海外製品問題、産地の課題を整理し、有松・鳴海絞の将来戦略を検討する。

有松・鳴海絞産地の特徴の第1は、他産地に見られる製販直結によって誘発された問屋システムの衰弱がみられず、問屋システムが健在であることである。

第2は、複数の産地が入り乱れて激しい競争を繰り広げているのに較べて、絞り産地は京都と名古屋のみに特化され、統合型産地としては世界で唯一である。

第3は、従来の枠を越える新製品開発と用途の拡大の可能性を秘めているという点である。しかし現状は、価格競争に傾斜して、製品開発競争を重点としていない。中堅絞商C商店社長は次のように云う。

「絞商は、販売網を自ら確保できないから集散地問屋向けに商売せざるを得ない。決済で集散地問屋に従属する。小売りに売れた分しか手形でしかも遅れて決済される。大ロットでの出荷は、絞商団体に統一価格にしようとしたがやはり産地の問屋間競争になる」。

第4は、製造分野の後継者難と括りの海外移転によって、現在は染色工程のみが国内に残るという空洞化によって、将来は問屋のみになる崩壊の危機が迫っているという点である。この点について有松絞C商店社長は云う。「商社が、有松とは無関係に独自に中国で絞りを買い集めて、有松の絞商に売りに来る。百貨店の（株）D社は、独自に中国絞の製品コーナーを設けて販売している。大手絞商が、大量に仕入れて安価に流し、長者町（名古屋繊維問屋街 筆者注）から小売りに流れると、有松の絞商に売る価格より遙かに安くなるという矛盾が発生している。私もかつて百貨店の（株）M社に納品したが、どうしても海外輸入品は、納期の遅れが心配で現在は納品をやめた。大島紬は韓国委託で壊滅した。愛知県絞り工業組合は韓国委託

加工阻止の目的で設立されたが、現実には委託加工の窓口業務と伝産法の窓口団体へと変身した。私は原産地表示を主張しているが、日本で作る力がない業者の反対で実現しない。韓国絞は工場制であり、その工場で技術の習得をした職人を引き抜き、独立して生産をおこない競争が激化した。中国委託は、絞公司与愛知県絞り工業組合が双方の窓口となって契約するが、実際には商社や貿易屋（貿易の斡旋を行う個人業者）に3から5%のミッションを支払って委託する。ところが団体契約が徐々に有名無実化していった。かつては、有松絞商の独自のデザインで委託したが、現在は現地のデザイン力が向上し、全工程が中国でおこなわれ、有松絞商の独自の製品はなくなった。このまま無秩序な海外生産が進めば、大手の絞商のみが生き残り、問屋の問屋ができ、産地の転廃業が続出し、5年以内には崩壊する可能性がある」。

第5は、新製品開発が遅れ、製品改良レベルに留まっていることである。途上国商品の競争優位性は価格競争にあり、普及品は日本と同レベルの品質にあるが、最先端製品では比較劣位である。この点について有松絞C商店社長は次のように云う。

「織物と陶器、草木染の異業種交流をねらっている。具体的には、美濃の和紙を細長く裁断して機織し、そこに絞文様を入れて草木染をおこなう。すでに米沢で実験的に開発し成功している技法は、残念ながら公開されていないので、私は独自に開発し、成功しつつある。草木は、桜、よもぎ、タンポポなどあらゆる草木に挑戦している。化学染料では出せない素朴な色彩が出る。草木染によって、草木の命と織物の命が融合して新しい生命が誕生する。藍染が現在ほとんど中国で行われているのは、徳島産地の閉鎖性に問題があるからだ。アマチュアにも公開して、我々にはない感性で製品開発を行うべきだ。徳島の藍染が死んだのは、技法が難解で高価だという神話を維持してきたからだ。私は、絞り教室を月二回開催しているが、全国から生徒が来る。御殿場と岐阜に新たなグループが独立した。和気藹々とやり、絞りの単調なところを補完するために、陶器や草木染にも挑戦し

ている。私の町屋は、みんなが気軽に集える宿泊施設を持った文化センター的なものにしたい。350年の伝統的家屋を名古屋市の補助を受けて改修するつもりだ」。

以上の聴取調査が示している国内産地の緊急課題は、第1に、中高級品の開発輸入を規制し、国内産地の回復をはかることであるが、では国内の生産基盤が崩壊している現状をどう考えるべきか。C商店社長は云う。「括りは、三好町、豊明市、知立市、大府市などで現在も細々で行われているが、ほとんど70歳以上のお年寄りである。伝産法で、加工者の登録をおこなない補助金を申請しているが、補助金をもらっている人は実際には括っていない人が多い。伝産法のねらいである後継者育成は、有松では全く効果をあげていない。低い加工賃と後継者育成事業の失敗によって後継者が途絶し、これが海外生産を加速し、それがまた産地を衰弱させる悪循環になっている。分業も崩壊し、絞商が工程の職人を個別に囲い込んでいく傾向が生まれている」。

第2は、日用定番品は途上国で、中高級品は国内産地だという棲み分け分業を確立し、非価格競争の優位を構築することである。技術移転による開発輸入戦略は必ず破綻するという産地の合意形成をもとに、少なくとも企画とデザイン部門は国内に環流する必要がある。産地再生は、価格競争との決定的な訣別ができるかどうかにある。絞りは他の地場産業と異なり、産地が京都と名古屋に統合されているので、産地結集の可能性があり、個別企業の経営力強化の限界を、産地の共同で乗り越える条件を持っている。有松絞C商店社長は云う。「同じ中国製品は本来同じ価格であるのも係わらず、ここでも価格競争が起こっている。自分で開発した商品は自分で独自の値段を付けることは当然で、これは価格競争ではない。だから企画とデザインを早く日本国内に取り戻して、絞商がそれぞれの独自ブランドを持つことが重要だ。絞商と現業の共同開発が求められるが、有松の一番弱いところが此处だ。現状では、海外生産による産地崩壊をくい止める打開策を、誰も打ち出し得ていない」。

このような産地業者の声をまとめると、第1に求められることは、海外生産から少なくとも企画とデザイン部門を国内に環流させ、新製品の共同開発が必要である。第2は、大胆な新製品開発を試行し、知識集約型デザインから高級化、多様化、ファッション化、洋品化、インテリア化など想定されるあらゆる方向を試行することであり、第3は、集散地問屋への一元的な従属を打破する市場開拓であり、商社や百貨店或いは製販直結を含めた新たな需要開拓の試行である。第4は、有松・鳴海絞産地の独自の条件である町並み保存による地域活性化と連動した内発的発展の追求である。次にこの町並み保存と絞り産業の相補的な誘発効果について検討する。

5) 有松町並み保存運動の誘発効果

有松は、東海道鳴海宿と池鯉埒宿（現 知立）の「合の宿（休み宿）」として、尾張藩が慶長13年（1608年）に起立した開発村であり、最初は街道客向けの茶屋集落であったが（最初の入植者23名）、その後の絞り開発によって全国的な絞り産地に成長し、商家の邸宅が立ち並ぶ独特の町並みが形成された。天明14年（1784年）の大火で全村が消失した後、防火用の瓦葺や塗籠造・うだつを備えた豪壮な絞商の邸宅が並ぶ景観が形成された。有松は、東海道が通る北側に藍染川が流れ、南側に国道1号線が通り、藍染川沿いに名古屋鉄道本線が通る「有松駅」があり、昭和39年に名古屋市に合併された。保存対象となっているのは、有松町の旧東海道沿いの東は藍染川にかかる有染橋から西は祇園寺までの約800Mである。有松の町並みの特性は、都市近郊（名古屋まで電車で10分）に位置する伝統地場産業型の町であり、企業誘致型の開発機会が無かったことが、かえって江戸期の町並みを原状に近く残してきた、いわば停滞型の町並みを現代に残すことになった（図 39 参照）。ところが今や、アメニティーや歴史的環境を生かしたふるさとづくりと地域振興をめざす都市計画のモデルとして脚光を浴びるに至った。

有松町並み保存運動の歴史は、建築学者（城戸久名古屋工業大学教授）に

よる町屋建築の調査やジャーナリスト（石川忠臣朝日新聞記者）による外発的な調査・啓発活動として始まり、次にその刺激を受けた有松在地の名望家（竹田嘉兵衛・服部孫兵衛）を中心とした町並み保存運動が立ち上がり、全国的な歴史的環境保存運動の高揚のなかで、名古屋市の財政的な支援を受けて、町並み保存運動が本格化していった（表 36 参照）。

【図 39 建物の年代別分布】（出所：有松町史編纂委員会『有松町史』）

【表 36 有松町並み保存運動史】（出所：筆者作成）

町並み保存は、地域文化論から建築工学にいたる多彩なアプローチが可能な学際的な性格を持っている。用語的にも「歴史的環境」（環境庁）、「歴史的国土」（旧建設省）、「伝統的建造物」（文化庁）、「伝統文化都市」（国土庁）など分かれており、その保存方式も「歴史的風土保存地区」指定（建設省）や「重要伝統的建造物保存地区」指定（文化庁）など行政によって分かれており、何らかの用語と保存方式の統合が望まれている。

本書では、町並み保存と地場産業の関連を主として地域経済誘発効果の視点から考察する。名古屋市の「町並み保存要綱」策定（1982年）に向けて、名古屋市教委が提起した「修景基準のあらまし（案）」は、外観（ファサード）保存にとどまっているが、かなり厳しい基準であり、外観工事の10分の7（500万円）、修景工事の10分の6（300万円）の補助をおこなうとしている。町並み保存の運動の成否は、住民主導による自主的な財政運営ができる「町並み保存財団」（仮称）といった行政から独立した組織を中心に、修景対象を、建造物から、広く演出要素や情景要素まで総合的に考えることであるが、これらの点において行政主導型の性格が強くみられる（表 37 参照）。

【表 37 修景基準のあらまし（案）】（出所：昭和58年名古屋市教育委員会資料）

名古屋市の町並み保存計画に対する地域住民の意識は、どのようなものであったろうか。住民説明会における住民と市側の質疑応答記録をみると、当時の町並み保存に対する住民意識の特徴がうかがえる（名古屋市都市整備課・教委文化課 1983年11月22日実施 筆者参加）。

質問「有松線（旧東海道 筆者注）の整備対象地域に私の商店は入っているか、いつ実施するのか」

市側「全く決まっていない。地元の皆さんと話し合いながらやる。財政的に苦しくなかなか事業に入れない」

質問「今の段階では改築の許可は下りるのか」

市側「鉄筋以外のものは立てられます」

質問「建築の図面は外観だけか、新しいものを求めているのに昔臭いものを作るのはどうかと思う。昔と似ていないものでも許可されるのか」

市側「基本的に外観だけです。近代的なものにも周囲にふさわしいものがあるので止めるわけにはいかない」

質問「外来者が見に来て賑やかにはなるが、一般車両の通行を制限すると、絞り以外の一般商店は困るので、もう1本バイパスを造る必要があるのではないか」

市側「必要な車は通すが、車両制限はする。通勤・通学や買い物の客も多

いのではないのでしょうか」

質問「国道1号線を越えて南側に住んでいる人の意識や将来をどう考えているのか」(国道南側は旧東海道から離れている 筆者注)

市側「1号線の南側は近く新しいまちづくりが始まる。区画整理が住民サイドでおこなわれ生活道路の充実によるコミュニティーづくりと町並み保存事業を両立させたい」
質問「要綱は強制力がないが、将来条例化をめざすのか」

市側「将来条例化される可能性がある。ただ、現在は条例化すると、重要伝建保存条例に該当しない恐れが、有松以外のところに出てくるので、強制力のない要綱でやっています。今までのところ30数軒を戸別訪問して指定の検討をしているが、伝建指定は1月になると思います」

このように住民は、必ずしも町並み保存に全面的に賛成しているわけではなく、さまざまな不安を示している。その内容は、近代的な生活と両立するのか、観光化は一部の者の利益になるのでは？ 保存地区をはずれると恩恵がないのでは？ 財政的な自己負担があるのでは？ などであり、町並み保存運動の初期段階の一般的な特徴が現れている。特に有松においては、住民内部の自発的な意志というよりも、研究者とジャーナリストによる外発的な誘導から出発したが故に、このゆらぎは当然であった。

次に地元経済界の町並み保存に対する意識をみると、地元経済団体は、むしろ積極的な地域活性化の契機としてとらえている。有松商工会は、町並み保存と地域経済活性化を相補的な誘発効果を持つ地域資源ととらえ、事業計画を作成し実行していった(表38参照)。この背景には商工会法改正によって商工会の性格が、「地域経済団体」から「地域の総合的発展の推進団体」へと発展し、その具体的な施策として、愛知県商工会による「小規模事業対策特別推進事業」がスタートしたことがある。この事業を推進する視点について、有松商工会は、次のような町並み保存と絞り業活性化を一体のものとしてとらえる施策を提起している。

- ① 有松絞の生産と販売の過程を知るための絞り博物館の建設に努める
- ② 小物入やインテリア製品などの土産物への活用を図る
- ③ 有松の町並みを保存する
- ④ 商店の暖簾に有松絞を使用する

【表 38「地域資源の見直しと地域文化の創造」 有松商工会事業計画概要】（出所
：商工会資料をもとに筆者作成）

有松商工会の地域活性化計画は、誘致外来型（大型公共事業の請願と誘致）から地域振興型（独自資源による住民誘導・参加）を経て、自己実現型（個人のニーズによる自主活動）に至る日本の地域活性化政策のなかでは、地域振興型に属する。絞り町並みという地域資源の発見を、“みんな集まって一緒にやろう！”というフロントランナーの呼びかけに答えて、地域住民の集合が形成され、町並みによる観光化と絞りというオンリーワン産業の再生という戦略は、有松地域の現状を打破しようとする戦略である。しかしこの戦略は、内発型ではあるが住民の名望家層が主導する垂直誘導型の限界を持っている。新規産業の創出を展望した新たなまちづくりをめざす自己実現型地域活性化へ発展させるためには、水平的な住民主導型へ転換する必要がある。

この流れを受けて当事者の住民のなかにも、積極的な推進グループや団体が発足し、地道な活動を展開していく。「有松町並み保存会」（1964年）「有松ゼミナール」（1971年）「有松まちづくりの会」（1973年 初代会長服部孫兵衛 会員80名）などの多彩な住民推進組織が立ち上がったが、その中心となったのが故竹田嘉兵衛が主導した「有松まちづくりの会」である。この段階から、有松町並み保存運動は次第に内発的な性格を持つていくことになる。「有松町づくりの会」が昭和46年、49年、54年に有松住民対象に実施したアンケ

ート結果から住民意識の変化をみる（表 39 参照）。

【表 39 町並み保存に対する住民意識の変化】（出所：有松町づくりの会資料）

保存の当事者である住民は、伝統的な価値の単純な保存と現実の生活意識のズレを感じ、機械的な凍結保存を半強制的な自己犠牲と受けとめている。重要なことは、現代的な生活と町並み保存を両立させる、伝統の現代的な再生のあり方を相互に問いかける主体形成の問題である。

このように町並み保存は、住民＝行政＝企業の3位1体を組織する理念と情熱、大局観や調整能力を併せ持ったフロント・ランナー的な指導者の存在が決定的な役割を果たす。この典型的な人物が、江戸期以来の豪商竹田嘉兵衛商店の当主竹田嘉兵衛（故人）であり、彼は今や絞り創業者竹田庄九郎と並ぶ戦後の有松再興を担った歴史的な人物と評価されている。

竹田嘉兵衛は、服部孫兵衛亡き後「有松まちづくりの会」会長として、文字通り寝食を忘れて有松町並み保存運動に没頭した。彼の起草した「有松町並み保存計画」はその後の保存運動の展望を切り開き、住民の主体的な参加のウエーブによって、絞り会館の建設、全国町並み保存連盟の結成、有松絞り祭の開催、町屋風有松駅の建設が進んだ。私たちはここに地方名望家の現代的形態をみることができる。

終わりに

本書は、地場産業の現代的な再生への希求を込めて、地場産業論の再検討と地場産業の現代的な特質の解明を経て、新たな再生の方向を探った。結論的に云えば、情報化を含む産地システムの再編成によって、異業種交流と新分野進出を推進し、新製品開発と伝統製品を融合しながら、オリジナルなクリエイションを挑戦的に試行する新たな企業家精神に、産地再生の基本的な条件があるということである。そのような現代的な企業家精神を支えるものとして、伝統的工芸品産業振興法による支援政策や生産地標示・セーフガードなどの保護政策を位置づけなければならない。

第2に指摘したいことは、伝統的な職人的技能の継承者や町並み保存運動にみられる人間の尊厳や主体形成という、商品世界を越えたすぐれて人間的な価値の存在を指摘したい。21世紀において、伝統和装産業が生活文化創造型産業へ離陸できるかどうかは、それを支える生活者の価値意識の豊かさの内実にかかっているというべきである。

伝統和装の将来を先駆的に身を以て示した故竹田嘉兵衛氏に本書を捧げる。

2001年 月 日

著者記

資料 『有松絞来歴調査書草案』（尾張國知多郡役所1914年謄写東京大学史料
編纂所所蔵）

参考文献

- 1) 有松しぼり編集委員会『有松しぼり』（愛知県郷土資料刊行会）
- 2) 鳴海絞商工協同組合『鳴海絞』（1985年）
- 3) 森靖雄『愛知県日間賀島絞産業小史』（中部地方総合史学研究所 昭和41年）
- 4) 有松町史編纂委員会『有松町史』（昭和31年）
- 5) 伝統的工芸品産業振興会『全国伝統的工芸品総覧』（平成7年）
- 6) 京都絞工業協同組合『京鹿の子絞 美と伝統』（昭和50年）
- 7) 山崎 充『日本の地場産業』（ダイヤモンド社）
- 8) 日夏嘉寿雄『成熟産業における戦略展開と経営資源』（ミネルヴァ書房 1997年）
- 9) 京鹿の子絞振興協同組合『日韓絞り貿易協議会記録』（1972年）
- 10) 京都市経済局『西陣織産業映像情報の活用に関する調査研究報告書』（1970年）
- 11) 京都友禅協同組合『我が産業友禅の明日を考える』（1979年）
- 12) 日刊工業新聞社『企業&地域 INS』（1984年）

- 13) 西陣織工業協同組合『第12次西陣機業調査の概要』(1972年)
- 14) 通商産業省『情報武装型卸売業ビジョン』(1985年)
- 15) 播州織21世紀委員会『播州織21世紀ビジョン』(1986年)
- 16) 兵庫県織物協同組合連合会『播州織の概要』(1983年)
- 17) 西脇市『西脇ニューメデイアコミュニティー構想』(1985年)
- 18) 京都市『情報新世紀 京都21』(1986年)
- 19) 中部産業活性化センター『中部地域における情報化の推進に関する調査研究』(1986年)
- 20) 国際絞り会議運営委員会『国際絞り会議事業報告書』(1996年)
- 21) 通商産業省文化関連産業課伝統的工芸品産業室「事前評価書」(平成12年)
- 22) 伝統的工芸品産業審議会『21世紀の伝統的工芸品産業施策のあり方について(答申案)』(平成12年9月)
- 23) 伝統的工芸品産業審議会『21世紀の伝統的工芸品産業施策のあり方について(答申)』(平成12年11月)
- 24) 通商産業省伝統的工芸品産業の在り方研究会『報告書』(平成12年6月)
- 25) 通商産業省生活産業局『伝統的工芸品産業の振興に関する法律の一部を改正する法律案関係資料』(平成13年)
- 26) 伝統的工芸品産業審議会『新たな伝統的工芸品産業の振興の在り方について』(平成3年)
- 27) 有松絞技術保存振興会『有松志ぼり』
- 28) 日本産業史大系中部編『三河・知多の白木綿と有松絞』(東京大学出版会)
- 29) 名古屋市『名古屋市基本計画』『第7次名古屋市短期計画』
- 30) 下平尾勲『現代地場産業論』(新評論 1996年)
- 31) 有田辰男「伝統産業における産地構造の変容」(『名城商学』30巻第1号)