

岐阜県の地域産業とその現代的意義

野原 敏雄

- (1) 地域産業とは
 1. その現代的意義——巨大都市への産業・人口の一点集中時代の各地域における雇用機会の創出と地域経済の基底として。
 2. その存立要因
 - ★ 地域の資源の利用, その加工技術の優位性
 - ★ 地域産業基盤の形成
 - ★ 「集積資本」に対抗しうる「地域集積」利益の発揮
 - ★ 地域内商業資本の販売・企画能力
- (2) 岐阜県東濃陶磁器業の場合
陶磁器業地域の形成過程からみて、地域産業存立要因が作りだされるにあたってのいくつかの契機
 1. 尾張藩政下の陶磁器生産と流通
 2. 多治見御商の全国覇権
 3. 森村「日陶」、名古屋貿易商からの自立
 4. 第2次大戦後の生産力拡大にあたっての「政治」の役割
 5. 他産地との競争での劣位とその克服
- (3) 現代における地域産業確立の決め手はなにか!?

(1)

ご紹介いただきました野原でございます。私には、ここは大変懐かしい場所でございます。旧制中学の2年生の時に、名古屋からこちらに疎開してまいりまして、昔の大垣中学校へ通いました。家が揖斐線の終点のあたりにありまして、この辺の景色をみながら毎日毎日通ったものです。戦争中の大変つらい思い出が多くて、来た翌年に北大垣の近くの三菱の工場に動員されまして、来る日も来る日も仕事でした。ところが4ヵ月ぐらいで空襲で焼けてしまいましたので、後片づけばかりやりました。空襲がありますと「逃げろ!」というわけで、なるべく工場を離れなければいけないので、いつもこのあ

たりまで走って逃げて来ました。大変苦い思い出ですけど、特にこのあたりは懐かしい場所です。そんな所で、こんなお話をさせていただくことは、大変幸せなことでございます。

1. 今、柿本先生からご紹介いただきましたように、私は経済地理学が本職でございます。そんな関係で“地域”ということについて、様々な形で問題を考えてまいりました。地域というのは、あいまいな概念ですが、とりあえず労働と生活の場として考えまして、いまご紹介のありました『現代の地域産業』ですとか、「地域産業の成立と展開」といったような著作を通じて労働と生活を支える地域産業ということに、ここ数年、自分なりの模索をつづけてまいりまし

た。

そんなことで、私が考えている地域産業というのは、一体どういうもので、現代的にどういう意味を持っているのか、また私は実証屋でございますから、たとえば実証的にどういうものかということ、少しお話しさせていただきたいと思います。

項目だけを書いた、非常にずぼらなレジュメがございます。始めに「地域産業とは」とあります。いわゆる地域主義の立場に立つ方々は、よくこの“地域産業”という言葉をお使いになります。ところが率直に言いまして、その方々の提起されている地域産業というのは、大変狭い考え方をしているように思います。つまり、生産あるいは消費というのが、その地域ではほぼ完結したりしてしまうような産業のことを、“地域産業”と呼んで、よく使います。“地場産業”などよりも、もっともっと局地化された産業というふうに理解されて、色々なことを書かれているようであります。

そうしますと、たとえば豆腐屋さんのような、ごく近隣の消費に対応するような生産をやるという産業でしかなくなってくるわけです。仮に豆腐屋にしましても、その材料というのは豆です。豆というのはアメリカからやってきます。一体、生産と流通というのは、その地域内ではほぼ完結するといった産業が、現代のような高度に進んだ商品経済の社会であり得るのかと考えてみますと、それは仮にあるにしても大変に意味の少ない、研究の対象としては、あまり問題にならないようなものでしかないのです。

にもかかわらず、現代の巨大都市への産業・人口の集中といったことを考えますと、各地域地域で固有の産業が存在するという意味は、国民の労働と生活の確保という点から大変重要なわけで、そういう意味での地域産業というのを、もう少し広く考えてみたい。その点からいいますと、たとえば産業を成立させるような様々な経済的な要因(ファクター)が、地域的に固定されるということは、ある意味では現在は考えられないわけです。たとえば商品というのは、文字通り全世界を自由に流通できるわけですし、

資本などももっと流動性が高いわけです。

そんなふうに考えてきますと、一定の地域的限界性、移動の制約性を持ったものは何だろろうかと考えてみますと、これは労働力であろうと私は思うのです。もちろん封建社会のような形で労働力が藩権力——経済外強制によって場所的に固定するというものではありません。それ自体は自由に解放されているわけでありますから。生産手段から自由になるという意味での自由と、身分的な自由を確保するという、二つの意味での自由というのが、資本主義社会での前提でありますから、労働力にしましても、地域的固定性を持っているわけではありません。しかし、労働力の担い手としての労働者、あるいはもう少し広く言って“人間”が生きていく——生存しなければならないということからいって、そんなに簡単に場所的流動性というのは持てないはずで。

それにもかかわらず現在の社会では労働力の移動限定性が半ば許されなくなって、自由な移動を強制されます。たとえば配転によって、今まで勤めていた所から遙か彼方のどこかの遠地へ行かなくてはならないという場合にも、まさかそれを断るわけにいきませんから、単身赴任というようなことが、広がっているというようなことにもなります。あるいは、従来働いていた炭鉱がだめになって、どこかに移らなければならないといったこともあります。そういう労働力の流動の強制の持っている悲劇性ということを考えてみますと、人間というのは成長もし、子供を育てていくということから言って、定住性というものが必要だということを改めて強調したいのです。

定住性を確保するというところからいって、各地域地域に雇用機会を持っているということは、現代的に大変大きな意味を持つであろうということを考えてみますと、地域産業というのを、商品の流通性ということに問題を置かないで、ある地域的な固定性をもったファクターに起因した立地をもたらししているような産業で、なおかつ決して小さい範囲でなく、かなりの地域の雇用機会を創出しているような産業という

ふうにややあいまいに規定をいたしまして、それで地域産業存立の諸条件というのを、私は展開してみたわけでありす。

2. 今、地域的限定性・固定性を持った立地要因に規定されたと申しましたが、それは一体どんなものなのだろうか、と考えてみますと、このレジメの(1)の2にあります、「存立要因」ということであります。

従来、私がやっているような経済地理、あるいは地理屋の言っている立地要因というのは、この中の、おそらくはほとんど1に限られるであろうと考えます。つまり、その地域に、その産業が利用する資源が豊富に、あるいは有利に存在をしているということ。あるいは、そのことによって伝統的につくられてきた加工技術が、現代的に優位性を持っているといったことです。つまり、いずれにしても「地域資源とその加工」ということに立地要因を求めるわけです。このことは、もちろん一つのファクターとしてはあり得るであろうと思います。しかし、それだけで現代の産業が、かなりの雇用機会をもって存立し得るような規模に達するだろうかと考えてみますと、多くはそうはならないわけでありす。たとえば、その地方では有力な資源があったとしても、それは大変小規模で高くつき、質もよくない。ですから遠くから運んで来るのがより経済的だというのは、十分にありうるわけですから、そういう意味で1のファクターだけを考えるならば、一般的にはおそらく、私が考えているような地域産業にまで展開するようなものにはならないでしょう。

二番目は、これもよく言われるわけですが、各地域地域で、その産業を支えるような様々なインフラストラクチャーが存在をしています。それも、確かにその産業をより有利ならしめるような有力な条件になるわけですから、非常に大事な問題であろうと思います。しかも地域の産業がある水準に達し得る、あるいはその地位を保つことができるためには、各地域の自治体などがインフラストラクチャーの形成に積極的に役割を果たすということが、政策的にも

重要な問題ですから、2の問題は決して無視できない、非常に重要な問題ではあろうと思います。これはまた最後のところで申しあげたい。

三番目に、「集積資本」と書きましたが、要するに、現代の生産の主要部分を担っているのは、巨大化していく資本であります。巨大化していく資本が、優れた技術を導入して生産力を高めて低いコストの製品を、しかも良質に市場に供給するというので、小規模な生産者というのが、いわば市場力を失っていくわけでありす。大企業というのは、ある一定の地域に固定している必要はありませんから、どこでも有利な所へ(最近の空洞化ではありませんが)出て行けばいいわけですが、出て行けないところに、地域に固定する産業の問題が出てくるわけです。したがって、地域産業の担い手というのは、実際問題としては中小の業者であり、もっと言えば小生産者でもあるということになるわけです。そういった中小の業者なり、小生産者というのが、集積した大資本に対抗し得るような、いわば「集積の利益」を発揮することができるかどうかということが、私は一番重要な部分であろうかというふうに思うわけです。それを、私は「地域集積」と呼んでいるわけです。

産業立地論のほうでは、「集積」というのを、いくつかのタイプに分類しています。一つは「資本の集積」——(concentration)をあげています。そのことによって集積の利益を得て、その利益によって、いわばその立地を有利ならしめるといったようなことがあるわけです。

資本の集積のほかにロカライゼーション(localization)、つまり局地化された産業、あるいはそういうものが作り出す利益ということで、ロカライゼーションエコノミーということを行っているわけです。もっといえば、中小の業者が地域的に同一種類、あるいは異種を含めまして、地域的に集積をしまして、その地域内の中小業者が、相互に地域内分業などを展開しながら、全体として産地の資本の集積力を発揮するといったような場合が出てきます。いわゆる地場産業とか、産地産業と言われるものが、ほぼこれにあたってくるわけです。

そういった地域集積を形成して、そのことを通じてエコノミーを発揮するかどうかということが、非常に重要なファクターになってくるように思うわけです。ところが多くの産地は、確かに中小業者がいくつか集まって、地域集積を行うわけですけれども、果たして、その利益(エコノミー、つまり節約)が獲得できるかという点、必ずしもそうではありません。逆に問屋や商社などの、いわば流通過程でその利益を吸収されてしまうとか、もっと言えば、お互いに業者同士が競争をしあって、足の引っ張りあいをやるといったようなことが、よく出てくるわけです。結局のところ、地域集積というときには、沢山の中小業者が一定の場所に集まって、地域内分業を展開しながら、しかも協同化と言いますか協業化と言いますか、そういうことを通じて、本来的な意味での資本の集積に対抗し得るような産地構造を持っているかどうかということが、大変大きな問題ではなからうかと考えるわけです。

それから最後の地域内商業資本のところは、これは私の調査の色々な実感から出てきたものです。先ほどの地域集積を、仮に生産の段階で発揮いたしましても、それだけで本当に産地として十分自立した力を持ち得るかどうかということになりますと、必ずしもそうではないわけです。先ほど言いました、大都市の大手商社、あるいは大手でなくても中小商社に利益を吸収されてしまうといったようなことが出てまいりますと、本格的な意味での産地展開というのは、なかなか難しいわけです。その意味で、産地内に生産者と同じような、それと協同できるような販売能力(国内、あるいは国際的な)を持ち、かつ商品の企画能力なども持った商業資本が存在しているということが、大変重要なのではないかとこのように考えるわけです。

そういう意味で、地域産業が存立するというのは、もちろん歴史的に言いますと、1のファクターというのは大変重要ではあるのですけれども、現代的な意味においては、むしろ3であり、3の中に4を含むような条件が、十分に備わっているということが、非常に大事ではなからう

かと思うわけであります。

(2)

私は、こういった考え方を、先ほど申しました『地域産業の成立と展開』によって産地の形成過程で実証してみました。それから『現代の地域産業』のほうでいたしました。そのフィールドとして岐阜県の産地ができてきますが、今日はその中で「岐阜県の東濃陶磁器業」の場合に、一体どういう形で地域産業というのが成立し、展開をして現状に至ったのかといったことを、少し具体的な形でお話を申し上げたいと思います。

そこで、ご存知のように岐阜と言いますと、私の範疇から申ししましても、当然いくつかの地域産業というのはあるわけですが、その中で最もよく知られているのは、陶磁器業であります。その陶磁器業の形成過程、あるいは展開過程から見て、先ほど申し上げたような地域産業存立の要因というのは、どういうふうに働いていったのか、それは具体的にどういったことなのかという話をしてみたいと思います。その大部分は、2冊の本の中で私が展開したことでもあります。詳細はそれに任せることにいたしまして、私が漠然と感としてつかんでいるようなことを中心に、やや不正確なことになるのではないかとこの恐れもあるのですが、お話を申し上げます。

1. 美濃の陶磁器業が本格的な意味で、産業として展開してくるのは、そんなに歴史的に古いものではありません。よく言われます、志野焼というのは本来美濃だったのだという話からしますと、それは随分古い話でありますけれども、産業としてそれが展開してくるのは幕末でありまして、19世紀のごく始め——年号で申しますと文化年間になるであろうと思います。1810年ぐらい、そのあたりが、産業としての陶磁器業の出発であったらうと思います。

ご存知のように、日本では瀬戸物という名前が、日用的な陶磁器の一般の名称になっているぐらい、瀬戸というものの位置が大変高いのです。瀬戸の陶磁器の展開は、実は美濃とある意

味では共通しています。尾張藩の専売制度のもとで、全国的な流通を展開させたということにあるわけです。

ご存知のように、もともと江戸時代に陶磁器ということ(というより磁器ですけれど)で、最も優れた生産を行っていたのは有田でございます。ここは、確かに高い技術を持っておりますし、磁器の持っています品質の優秀性といえますと、断然他の産地を抜いていたことは間違いないわけです。ところが有田の産地というのは、あの鍋島藩の非常に厳格な専売制度のもとで、展開がなかなか自由な形で行えないわけです。たとえばあの産地が皿山という所の石を使ってやるわけですけれども、山の中で自由に生産者が往来もできないような所でやっていました。文字通り牢獄の中で生産が行われたといってもいいわけです。それから、流通自体も藩ががちりと握っております、たとえば諸大名や富豪などが、それを高価に求めるということもありまして、自由な流通を抑えるといったことが行われました。

そのことによって、実は、すぐれた磁器が欲しいのだけれど、なかなか手に入らないといった事態の下で、江戸中期から後期になりますと、都市の商人などが、優れた磁器を求めて色々な動きをするわけです。有田のものはなかなか入らない。そこで目をつけるのは、美濃および尾張であります。ここは古くから、いわゆる下物(ゲモノ)——下手物(ゲテモノ)の陶器の産地であります。ここへ大阪商人などがやってまいりまして、「こういった優れた磁器というのを作れないのか?」といったことをやるわけです。そういうことから、この磁器の生産が始まっていきます。事実、有田の技術を盗んで瀬戸の中興の祖とあがめられるということもあったようですけれど。

そういうことで出発をする尾張・美濃、つまり尾濃の陶磁器生産を、尾張藩の権力でもって専売制をしいて、特に江戸に(大阪のほうもあるのですが)流通をさせることになります。それは確かに、専売制度のもとで自由な生産にはなかなかないわけですが、尾

張藩の制約が大変強いのは瀬戸であります。仮に美濃で焼きましても、その美濃の製品を瀬戸へ持って行きまして、瀬戸から流通させることから、いわば「瀬戸物」ということが定着しているわけです。

美濃というのは、ご存知と思うのですけれど、小藩に分立しております、有力な藩というわけではないわけです。あるいは旗本知行ですとか、そんなものが対立・分立をしております。その中で最も大きな領地を持っていたのは尾張藩です。尾張藩は、美濃のかなりの部分を持っております、ご存知の木曾まで通じるわけです。尾張の殿様は、参勤交代の時に東海道ではなくて中仙道で行きます。木曾を抜けるまでは、全部自分の領地を通っていけるというぐらい、この美濃にも沢山の領地を持っております。

そういう所で焼かせたのを、多治見に「美濃陶器取締所」というのを作りまして、ここでいわば自由な流通を規制します。そして藩の専売制度の中に流し込んでいくということをやったわけです。

ところが美濃のほうは、先ほど申しましたように、小藩が分立をしているということもあります。小藩の場合には、尾張藩の権限外でありますから、ここが藩財政の再建というようなことで、陶磁器の生産を奨励をし、新しく窯をどんどん作らせるといったようなことが、自由にできるわけであります。それから、実際に尾張藩の中で作ったとしましても、実は、これは他の藩で作ったものだということで、抜荷が比較的やりやすかったということもあります。それから、瀬戸の特権商人に対する多治見の商人たちの対抗意識というのがあったわけで、そうすると瀬戸の商人に対抗しながら、多治見の商人が藩の専売制度をうまく利用しつつ、これをくぐり抜けて致富を進めていったというのが、美濃の幕末の陶磁器生産と流通の特徴ではなかったかと思うわけです。

こんな形で始まりました尾濃の陶磁器というのが、実は、もうすでに明治20~30年代になりますと、日本の国内の陶磁器生産を、ほぼ席卷するぐらいの大きな生産力を持ち、流通の力を

持つようになっていっています。これは大変驚くべきことなのです。それは、いくつかの要因によるのであらうと思います。一つは、生産の場合に、他の産地に比べていくつかの優位性を持っていたということです。

先ほど言いました有田というのが、非常に優れた技術があったのです。なおかつ、明治の政府が新しい殖産興業ということで、ヨーロッパの機械化された陶磁器業の導入を行うのも、有田だったわけです。ご存知の、香蘭社などがそれによってつくられます。しかしこれは、ほとんど失敗をしてしまいます。

ところが尾濃のほうは、そんなに優れた技術を持っていなかったにもかかわらず、生産力をどんどん伸ばしていっているのです。その要因は何だったのだろうかと考えてみますと——私は地理だから、そういうことになるかも知れませんが、一つは何と言っても、やはり資源の豊富さがあつたらうということはい間違いないと思います。おそらく、日本最大の陶土の産地でありますし、そういうものが無尽蔵に手に入るということでもあります。

ご存知の磁器というのは石でありますから、石を粉にします。これは供給が大変に限定されるのですけれども、美濃や尾張の場合は主として土であります。ところが、その土を使いながら石で焼いたのと同じような磁器を作り出すという技術を、この当時すでに開発しているわけです。それは何かと言いますと、土と石を適当に混合します。陶磁器業のほうでは、これを坏土と申します。石と土をうまく混ぜながら、全体としては磁器と似たような——擬物ですけれども、無尽蔵にある陶土をうまく使いながら、比較的磁器に似たような固さのものを作り出すという技術を、すでに明治の初めに確立してきております。これが一つの問題であります。

次に、とりわけ美濃がそうなのですけれども、小さな村単位の産地がいくつかあるわけですが、小さな村の産地ごとに製品の専門化を進めていたということです。たとえば、ある産地は皿を作り、ある産地はお碗を、ある産地は徳利、ある産地は盃を作るといふふうに、産地ごとに

製品の専門化が大変に進んでいたということです。そして、それらを集中する商人の手元には、多様な商品が存在するという形ができあがりません。生産でいいますと産地ごとの製品の専門化が進んでいるということは、何につながっていくかと言いますと、当然のことですけれども、生産手段の改良を大変容易にいたします。

たとえば有田あたりでは、どんなに小さな製品を焼くのに丸窯とか大窯と申しますけれども、大きな窯を使っていました。

美濃や瀬戸の場合には、大きな製品を焼く場合には、昔流の丸窯というのを使います。ところが、小さな製品を焼く場合には“小窯”(古窯とも書いています)と称して、小さな窯で焼きます。そうすると、燃料もそんなにいらぬということもありますし、焼き具合が大変によく、焼成効率が大変に高いわけです。つまり基本的な生産手段である窯の改良というのが、その製品ごとの専門化が進むことによって容易になるわけです。ということから、各村独自に得意な製品というのを焼き始めまして、そういった生産手段の改良と、それに加えて技術を、それぞれに定着させていきます。

たとえば、技術というのは製品ごとにそんなに違うのか？ 若干疑問でもありますから、私は聞いてみましたが、やはり違うのだと言います。皿を焼く場合に、薄さなどをうまくやりませんと、どうしても途中で歪みが出てくるといったことが、やはり現代でもあるのだそうです。それはともかくといたしまして、そういった専門化が大変に進んでいたということが、もう一つです。

2. そして二番目が、何といたっても多治見商人の力があります。これはもうすでに江戸時代の末期から力を持ち始めていたのですけれども、明治になりまして益々その力を強めました。成長していく生産力をバックにしまして、買いたいた安い商品を全国各地に売り歩くということで、大変に力を強めてまいりました。明治20年ぐらいの文献ですけれども、たとえば有田の産地の中にも、美濃の製品がどんどん入ってくるといったことを嘆くような文書が、有田のほ

うに出てくるほど、いわば全国的な商圈の制覇をいたします。

そういうやや低い水準の商品ではあり、有田の高級磁器の擬物ということですが、優れた坯土の技術を使いながら、とりあえず、磁器を全国的に拡大して行って、産地形成がほぼ完成するのは明治30年ぐらいであります。その後、覇権は比較的最近までも続いている、と言っているのではありません。

3. ところが、もしそれだけならば、尾濃の製品というのは、おそらく今日のような姿をとらなかったであろうと思うのです。もう一つ、美濃の製品を技術的に進歩させるようなファクターが出てまいります。それが三番目でございます。

ご存知のように、日本の陶磁器業というのは、戦前は国内製品を主とした生産分野ではなくて、輸出が中心でございました。それを中心にして、技術的にも発展をしていったということなのであります。先ほど言いました有田なども、たとえば清国(中国です)との貿易が、かなりな量に達していたと言われているわけです。

瀬戸や美濃の場合に、輸出の窓口を開いたのは、横浜の貿易商人の森村という人です。たまたま、陶磁器が大変にいいということで、アメリカの市場とつなぎまして、貿易を始めます。その時に、技術的に高かった有田ではなくて、膨大な生産力を持っていた、しかし製品としてはやや粗末であった尾張と美濃に目をつけるわけでありました。そこで名古屋に森村の商社を置きまして、いわば技術指導を色々やりました。そしてそれまでよりも優れた磁器生産が行われるような上層部窯屋の育成を積極的に行います。もっとも瀬戸や尾濃のごく上層部は、それだけの能力をすでに持っていたわけですが。こういったことが一つの大きな契機になりまして、尾濃の陶磁器業の生産力の水準が一つ高まるのです。

実はこの時代には、美濃はもちろん瀬戸にしても同じでありますけれども、製品は決して完成品ではなかったわけです。つまり改良されたとはいえ、戦前に作り出された技能によるこの

地方の陶磁器製品は、とてもではないけれど、アメリカ市場に輸出できるようなものではありません。ご存知の「デナーウェア」と言います真っ白な非常に高級な製品ができるはずはないわけです。

そこで森村が何をやったかと言いますと、ようするに誤魔化し——とはやや言い過ぎですが、非常に日本の特徴のある絵を描くわけでありました。絵を描いて完成品にして、輸出をするということになります。陶器では「絵つけ」と呼んでおりますけれども、この森村が、その絵つけ分野を自ら握りまして、素焼きと申しますか——「生地」というふうに言っておりますけれども、絵つけをするための未完成の中間商品として、瀬戸あるいは美濃の上層部の焼いた高級な製品を仕入れます。そして、絵つけが日本で最も優れていた石川県(九谷焼きの産地です)から沢山の職人を集めまして、そこで完成品にして、大量に輸出をして、大変に儲けたわけです。

そのことを一つのきっかけにしまして、名古屋はそういった中小の貿易商が沢山成立いたしました。それらが自分でじかに絵つけ業を行い、あるいは絵つけを下請けにして、この分野で大変大きな産業として、名古屋の地位を高めるわけでありました。

そういう意味から、美濃は戦前は国内の比較的下級な日用食器と、高級な輸出商品のいわば中間製品の供給をする産地として展開をしてきました。これが最も栄えるのは大正から昭和の初めであります。

戦時経済になってきますと、輸出がだんだん難しくなるということもあります。それから決定的には、森村が、もう瀬戸や多治見の業者が供給する製品では輸出商品として限界があると悟りまして、自ら「日本陶器」という近代工場を作るわけです。これは明治の一番最後のころであります。そのことによって、いわば下請けとしての性格が断ち切られていくということになります。これは言ってみますと、瀬戸の産地にとっても美濃の産地にとっても大変に打撃になったわけです。

しかし、その時に大変に面白いのですけれど、美濃の産地の場合に、多治見の卸商の商人資本の力があつたのではないかと思います。完成品を自ら作って、そして輸出までいこうと努力するような層ができてくるわけです。いわば、3. にありますような、森村の「日陶」とか、名古屋の貿易商からの自立が始まっていくのであります。ただ、その自立が本格化するのには、何と言いましても、戦後であります。戦後、名古屋の絵つけ業者が戦災によって壊滅的な打撃を受けるといったことが直接的な契機になって、完成業——つまり絵つけを含めた、直接輸出にまで手を出せるような商社兼生産者というもの成長の契機となりますが、そのはしりはずでに戦前と言いましても、昭和の初めの時期から出発をしております。

その時にも、やはり生産者でありながら、自ら商人であるといった形の上層窯屋の力が、大変大きな意味を持つようになります。それらが、古くからの多治見の卸商と、大変に覇権を争いました。その当時、商工組合と言いますか、同業組合を作っているわけですが、その同業組合の中で、新しく成長してきた生産者兼商人と、古くからの多治見商人のどちらが覇権を握るかということで、大変面白い角逐があるわけでありまして。岐阜の陶磁器組合の古い文書を見ますと、そんなことが色々なところで出てきて面白いものがあります。

4. それから四番目は、いよいよ本格的に、美濃の産地が、近代的な商品を直接外国に輸出をする力を持ち始めたというところですね。先ほど言いましたような、最大手の日陶とかあるいは名古屋貿易商の中でもとりわけ代表的な商社などが握っておりますアメリカ市場へは、生産力を高めて進出をしてきた美濃の業者でもなかなか簡単には進出できないといった壁がありました。当時、通産行政なども貿易を管理しておりまして、そういった従来からの輸出業者との癒着が大変に強くて、なかなかその壁が破れませんでした。

実は、日本国内で大量の陶磁器を日用品として消費するといったようなことは、まだ一般的

にはありませんでしたので、美濃の産地が生産力をどんどん高めていくためには、大量に消費をする国外市場が必要になるわけです。その輸出市場の最大がアメリカだったのですが、そのアメリカ市場に美濃の産地が進出できるかどうかということで、昭和30年ごろに——先ほどの、多治見と上昇する生産者との争いと申しましたが、同じようなことが、アメリカ市場への進出をめぐる、日本全体での規模で始まるわけでありまして。

その時に、美濃の産地の一つの特徴だと思つたのですけれど、いわば直接的な政治力を使うのです。ご存知のように、美濃には大野伴陸という、ものすごい政治家がおりまして。ああいった人を使って、いわば通産行政にケチをつけながら、自らそこの中に割り込んでいくといったようなことを、積極的にやっているようであります。私は、直接そういう関係の話を、大変ご老齢の方から聞いたことがあります。「いやあ、大野伴陸先生には驚いた。お願いに行つて座つたとたん、『ところで、いくら出すんだ?』」(笑)と、実に生ぐさい話が沢山出てくるような形で、海外進出を試みています。そういうことで、製品の質でいいますと若干輸出物としては下級の分野に足場を作って、自ら拡大してきた生産力の市場を確保することになります。それから、アメリカほど高級ではないのですけれども、市場として大きかった中近東の国々への輸出市場も確保するわけでありまして。

そういったものを前提として、美濃の産地は全国に先がけて、大規模な陶磁器生産の技術を完成いたします。いわゆるトンネル窯の普及です。もちろん一番初めにトンネル窯が入るのは、日陶などのような近代的な工場であります。中小業者クラスの中で、広範にトンネル窯が導入されるのは、美濃が日本で最初でありました。ほかの産地と比べて大変に早く、大体昭和30年ごろから、本格的に始まるわけです。優れた生産力というのが、先ほどの市場確保に努力をせざるを得ないということと、相互に関連をしまして、生産力の拡大をなし遂げていくということになります。そういうことでごく最近までく

るわけです。

5. 一番最後ですが「他産地との競争での劣位とその克服」——私は、これは大変面白いと思うのです。実は美濃の産地は、生産力の規模が大変に大きいし、量としても優れているわけですが、何と言っても先ほど申しました“擬物”としての製品の限界というのをずっと持っていたわけです。

日本の高度経済成長の時代に、陶磁器の国内市場も拡大して、重要な位置を占めます。その国内の消費構造がだんだん変わってまいりますと、従来のような日用茶碗ではなくて、もう少し高級なものが普及をするようになります。それに対応して有田などが、大体昭和35、6年～40年にかけて、やや遅れてはありましたが、設備を近代化いたしまして、大量生産ができるようになります。“優れた品質”というのを、いわば看板にいたしまして、大都市の市場で美濃の製品を駆逐していきます。特に百貨店などでは、もう美濃のものは全く見向きもされない、といったような状況が作られました。そうしますと、やはり全体の販売がどんどん落ちてきます。つまり、高度経済成長によって作り出された国民の消費構造の変化に、美濃の製品が対応できなくなって、その地位がどんどん下がっていくという時期が、昭和40年代であります。

その時に、美濃の産地では、それをいかにはねのけるかということで、様々な苦勞が行われるわけです。昭和50年ぐらいに高度成長が行き詰まりまして、有田も非常に苦境に陥る時期ですけれど、この時期に美濃の産地が、再び有田に対しての優位性を確保するようになるわけです。その努力は、いくつかあるのですけれども、大きく三つぐらいだろうと私は思うのです。

一つは、品質において一見素人が見れば、有田のものとは全く区別がつかないし、むしろそれよりもいいとさえ言えるような製品を作ることになってきた、ということがあります。しかも、有田のものとは違って安く作るということもあります。

それは何かと申しますと、先の坏土技術なの

です。この坏土技術が、やはりこの段階で生きてくるわけです。たとえば、どういう製品をどれぐらい、どういうふうに混ぜるかというのは、企業秘密だそうでありまして、美濃にあります製土業者が、それぞれに独自に持っていてさだかではありませんが、大きく言いましてオーストラリアから輸入される「カオリン」というのをうまく混ぜ、それから美濃で無限に採れる陶土の脱鉄技術(鉄分を抜かないと色が出てくるわけで、この鉄を抜く技術)を媒介にした、地域の資源の高級化というようなことをつなぎあわせて、非常に安くて、しかも一見高級に見える製品を作ったのです。ですから、昔の美濃物というのは、大変に厚かったのですが、最近はずごく薄手のものを作るようになりました。しかも固いのです。これには、有田がまいってしまっ、とても値段的に競争ができないというほどでした。

製品が安くできるといったような技術は岐阜の「岐陶工連」を中心に開発をいたしました。それを製土業者が、それぞれ自分流に消化いたしまして、それぞれが優れた原料を供給するようになったということがあります。ここに一つ、美濃の技術が生きてきているわけです。

それから二つ目は、「協業組合」というのが、尾濃の中になんか普及をいたしました。全国的に見て、美濃の産地ほど協業組合が普及した所はないと思うのです。私が調べました土岐市の肥田という小さな集落なのですが、ここの中で四つぐらい協業組合ができました。それぞれ10ぐらいの零細業者が集まって、今や100人ぐらいになるといったように、協業組合が成功します。それは決して、その村だけではなくて、隣の瑞浪でもありますし、最近では多治見のほうにできるといったようにかなり普及をします。

なぜ、そうなったかというのは、いくつかの理由があるのでしょうけれども、やはり「岐陶工連」という、政治力を使ったりなどして色々問題のあるような組合ですけれども、しかし協同組合の持っている積極面というのを、一応持っておりまして、そういうものが、色々と協

同の活動をしてきました。その経験を十分に踏まえているということがあるのではないかと、私は思うのです。そのことによって、小零細業者でありながら、なおかつ非常に優れた製品を作れるものに展開をしているということがあります。先ほどのロカライゼーションエコノミーの発揮です。

これらは、もちろん全生産者ではありませんし、その一部にすぎないわけですが、そういうものを踏まえた生産者の、協同化への積極性が、私が先ほど言った、地域集積を作り出す上での、大きな意味を持っているに違いないというふうに思うわけであります。

もう一つは、販売力です。多治見の商社が持っている販売力というのが、現代に生きていることであろうというふうに思います。しかもむしろ生産者優位で商社との協同の関係が保たれているということです。大事な問題ですが時間の関係で詳細には申しません。

(3)

最後三番目に「現代における地域産業確立の決め手はなにか!？」ということを書いておきました。これについて簡単に申し上げて、この話を終わりたいと思います。

以上のように、具体的な展開の中で、いくつか指摘したことをまとめるということにもなるわけです。現代の、非常に独占化された巨大企業が市場を掌握する経済社会におきましては、地域産業を確立する決め手というのは、なんと言っても、先ほど言いました「地域集積の利益を、いかに作り出すか」ということであろうというふうに思うのです。言ってみますと、大企業に対抗できるような製品を、そういう価格で供給できるかということにあると思うのです。この点で、美濃陶磁業は成功してきているわけでございます。

先ほど言いました、日本陶器(今は、ノリタケカンパニーです)は、昭和50年に入ってからディナーウェアの生産を、基本的には中止いたします。むしろ美濃物などを委託して売ったほうが良いということで、自分の所の生産は止

めてしまったのです。つまり、美濃の進んだ製品との競争に、日陶のほうがむしろ負けたといい事実があるぐらい、競争力を持っているわけです。こういうものを、どうして作り出すかということが決め手であります。

私はその時に、沢山の業者が一つの地域に集まっているというだけではなくて、それが積極的な協同化、あるいは協業化を通じて、いわば地域集積と同時に資本集積のメリットを発揮し得るようになっていっているということが、あるのだらうと思います。しかもその場合に、協業化・協同化というのは自主的で自立的で創意的なものでなければ、成功するはずはないのです。通産行政の中で行われる協業化指導は、非常に画一的なやり方で協業化を押しつけてくるわけです。

たとえば、私が調べました肥田の、ある協業組合の場合には、当然補助金が出るわけですから通産のメニューに従わなければいけないのです。そのメニューによりますと、この程度の規模であるならば「輸出のディナーウェアの生産を行うこと」という製品規定がありました。機械も「全自動の西ドイツ製のものを導入すること」といったような規定があったらしいのです。これをなんだかんだと色々交渉しながら、どんどん変えていきます。この産地は、昔から皿の産地で、しかも和皿の産地なのです。したがって、「うちの産地特性から言うと、輸出ものはダメだ」というようなことで、結局、作る製品は国内の皿中心に変えさせます。つまり、かつての技術が生かせるような分野で生産を行うのだということです。それから機械も、そういう製品を作るということになると全自動というのは困るのです。事実その時には、その技術は十分に成熟したものではなくて、故障もずいぶん多かったようです。それよりは日本製で半自動だけれど、自分たちが十分使えるもの、といったようなものに変えさせて、それで協業組合の工場を作っていったといいます。こういう自主性と言いますか、自発性が積極的であったというところで、大変優れた協同化の実績を作り出したのだらうというふうに、私は思います。

いわば、現代の産業の状況を十分に見据えた上での——少しへんな言い方ですけれども「主体性の確立」というのが、しかも従来の伝統を踏まえて行われたということが、美濃の場合は、いくつかの成功例をつくりだしているわけです。そういったことを含めて、地域集積をいかに作り出すか？ ということがポイントの一つであります。

それから二つ目に、先ほど言いました販売機能を、その産地がどれくらい優れて持っているかということが、大変に重要だと思います。私は、どちらかというところ経済史的な見方をするので、販売機能というところ卸商、卸商というところにするに生産者を買叩く、悪の権化みたいな感じをいくらか持っていたわけです。実際そういう存在もあるわけですが、そうではなくて、生産者とあい協同しながら、対等の形で流通分野の機能を十分に確保している産地というのは、結局は伸びていく、あるいは地位を確保することができているという意味で、この問題は、産地調査をやるには欠かせないであろうと思います。

最近、岡田先生にもお手伝いをお願いして、関の輸出金属産地のことを調べ始めているのですが、たとえば新潟県の燕市の産地と関市の産地を比べて、関の産地は比較的销售機能を持っているのです。そのことは、おそらく現代のような空洞化、あるいは輸出困難な時代での産地の生き方に、大きな違いをもたらすに違いないと、私は予測します。そういった問題が二つ目にございます。

三つ目は、やはり各自治体(岐阜県や市などを含めまして)が、積極的に地域産業の育成に

努力をするという問題がございます。そのことを最も有効に展開したのは、陶磁器業では、実は先ほど申しました有田です。有田が、ぐんぐん成長してきたというのは、製品の優秀性ということもありますし、設備の近代化ということもあったわけです。しかし、そういうことを通じて、大量の商品を販売する力を持つようになった大きな力は決して有田の商人ではなくて、むしろ自治体が積極的な市場調査を展開して、そういうものを踏まえて指導をしたということにあったようであります。

そういう点で、特に市場情報の問題でありますとか、あるいは企画についての情報の確保などを踏まえた製品の研究開発機能、つまり技術試験場や教育普及機関のようなものです。これの持っている役割というものは、大変に大きいわけがあります。これも有田で先進的です。あそこでは昔窯業高校があったのですけれど、最近の技術は窯業高校ではだめであるということで、全国にただ一つの窯業短期大学を作っているのです。それは佐賀県と有田が中心になって作っているといった形です。その地域産業にふさわしい形のインフラストラクチャーが、極めて大きな意味を持っているだろうと思います。そういった形で、適切な、その時宜にかなった、自治体による産業政策の重要性というのが、もう一つ産地産業を確立するための決め手になるのであろうというふうに思うわけです。

時間がまいりました。大変に散漫なお話で申し訳ございませんけれど、私の産地産業研究では、そんなことを考えているということで、終わらせていただきたいと思います。

※本稿は岐阜経済大学地域経済研究所が主催して、1987年11月11日に行った研究会の講演録である——地域経済研究所運営委員会

