

津軽塗業界における最近の動向と問題点

馬 場 和 久

I は じ め に

漆器工業は、わが国における伝統産業の一つである。しかし昭和 30 年代の P C 素材と代用漆の開発により、量産体制を指向する産地も多くなり漆器産地は大きな転機を迎え業界の事情を一変させた。だが昭和 40 年代半ば頃から需要者ニーズはいわゆる“本物指向”に変わり、伝統漆器(天然木-天然漆)が見直され、現在、業界は伝統維持か現代感覚重視か、その方向を模索している時期といえる。

本稿は、このような背景をもとに津軽塗における生産構造や流通構造・需要構造を検討し、業界の最近の動向を把握しながらそこに内在する問題点を解明することを目的としている。

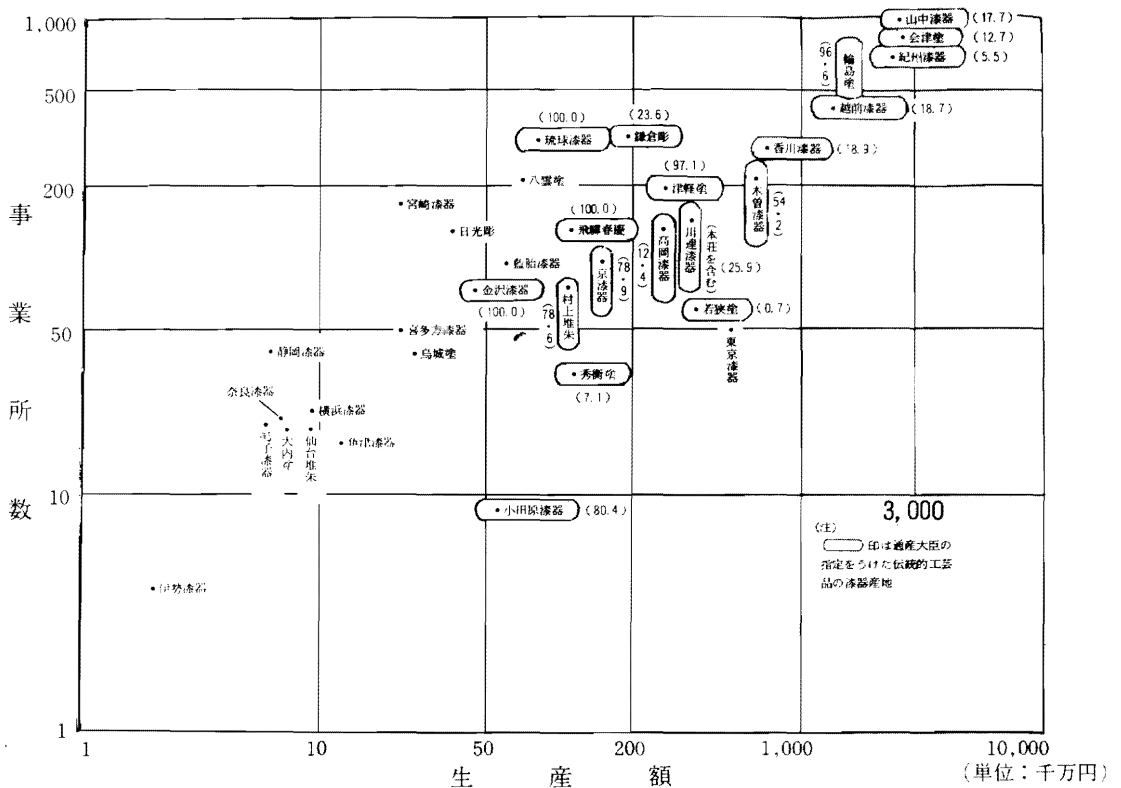


図1. 産地別にみた漆器製造業の事業所数と生産額との関係 (昭和58年)

カッコ内は総生産額のうち伝統的工芸品の生産額が占める割合 (%)
 (「工業統計表」・「全国伝統的工芸品総覧」より作成)

Ⅱ 全国的にみた津軽塗の位置づけ

現在、わが国の漆器産地は30数ヶ所あるが、その多くは東北、北陸、近畿地方に位置する。図1は、昭和58年の工業統計表により産地別に漆器製造業の事業所数と生産額との関係を表わしたものであるが、これによると津軽塗は中堅産地として位置づけられる。だが、ここで用いている生産額は、伝統漆器とP C漆器の両者を対象としたものである。そこでさらに、各産地の生産動向を考察すると、図1の5大産地のうち山中、会津、紀州、越前では伝統漆器の生産割合が20%以下で、P C漆器の生産が大部分を占めている。一方、津軽塗の場合、輪島と同様に伝統漆器の生産が約97%と高く、その伝統的手法を堅持しており、また伝統漆器のみの生産額からみると、全国第6位と高ランクに位置づけられる。

Ⅲ 業界の動向と問題点

(1) 事業所の経営規模とその分布

現在、事業所は約180あるが、そのうち1人親方が全体の8割を、5人以下の事業所についてはおよそ9割を占めている。また経営形態も株式が5、有限が4とわずかで、ほとんどが個人経営でしかも家内工業的な零細規模の事業所である。図2は、これらの規模別事業所の分布を弘前市に限

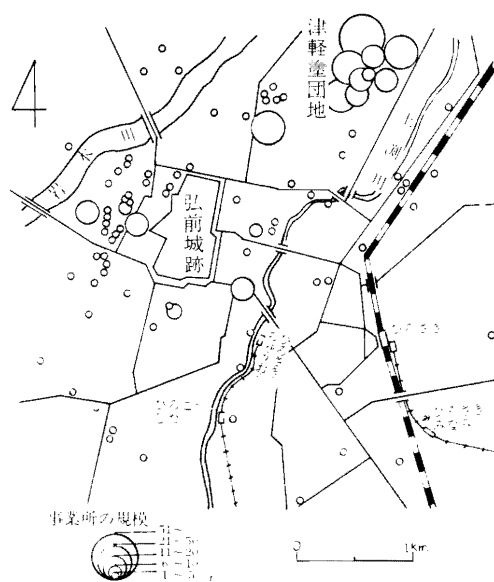


図2. 弘前市における経営規模別事業所の分布
(組合員名簿より作成 昭和60年)

り示したものであるが、特に弘前城跡の西側の下町に集中し、その他は市街地などに散在している。昭和49年、生産の合理化と生産性向上を目的として、郊外に津軽塗団地が造成されたが、土地の問題や騒音・悪臭などの公害問題の解決策として建設されたものである。この様に一部、工場の集団化が図られたことにより、製造業者の職住分離の現象が見られ、“職人のサラリーマン化”が進展した。

（２）製造業者が抱えている問題点

現在、製造業者は全体で約700人と推計されているが、40歳未満の製造業者は全体の51.6%を占め後継者不足は問題とならない様である。だが団地以外の製造業者に関しては、逆に40歳未満の者が21.4%と低く、後継者問題に不安を残している。団地の場合、機械化や分業化が進展したのに伴ない若年者やパート労働者が増加したが、下地から仕上げまで40数工程ある津軽塗にとって、分業化の進展により一連の製造工程の技術を習得する事が困難になってきている。この様に当業界では、団地内では技術の定着が、団地以外では人材の定着がそれぞれ問題となっている。

（３）生産額の推移と品種構成

昭和60年の生産額は約22億円と推計されているが、近年、低成長時代が続きそれに伴ない需要が伸び悩み、生産は低迷を続けている。操業以来、順調な伸びを示してきた団地内でも54年頃から生産の伸びが鈍り、ここ2、3年はむしろ減少している。この様に生産の低迷により、現在、業界内における過当競争が起こっている。

次に品種構成では、家具・テーブル類が26.9%を占め、次いで茶器、盆類、箱物、箸と続く。津軽塗には主に唐塗、七々子塗、錦塗、紋紗塗の4技法があり、当産地ではこれらの伝統技法が強く堅持させられてきた。しかし最近では、生産額にして全体のわずか3%ではあるが、原材料としてPC素地や化学塗料を使用するようになり、またライター、時計、装身具など伝統的工芸品を用いて、これを加工した二次製品の生産が行なわれている。

（４）県内消費者の津軽塗に対する評価

全体として津軽塗に対する消費者の関心度や購買経験は高く、またデザインや品質などの評価も高い（表1）。しかし、これを年齢別に見た場合、29歳以下の者に関してはその数値や評価は他の年齢層に比べて低く、津軽塗に対する若者離れの傾向が見うけられる。また、消費者にとって最も関心があると思われる価格についても、その多くが高いと回答している。これは原材料費が高価でしかも手作業中心なため加工コストも高く、必然的にその小売価格も高価になるためである。

しかし、今後、津軽塗を地場産業としてさらに発展させるためには、他産地で見られる様に、産地のイメージを守るための伝統的手法を維持した高級品の生産を行なうとともに、普及品の生産にも力を入れ、両者の生産を併存させていくことが、必要になってくるであろう。

表1. 県内消費者の津軽塗に対する評価

人：(%)

年 齢		～ 29 歳	30 ～ 60 歳	61 歳～	全 体	
アンケート項目						
関 心 度	関心がある	10 (32.3)	63 (69.2)	43 (76.8)	116(65.2)	
	“ ない	21 (67.7)	28 (30.8)	13 (23.2)	62(34.8)	
購 買 経 験 度	あ る	4 (13.8)	58 (71.6)	41 (71.9)	103(61.7)	
	な い	25 (86.2)	23 (28.4)	16 (28.1)	64(38.3)	
津 軽 塗 に 対 す る 評 価	デザイン・紋様	良 い	11 (45.8)	54 (70.1)	43 (87.8)	108(72.0)
		普 通	11 (45.8)	20 (26.0)	6 (12.2)	37(24.7)
		悪 い	2 (8.4)	3 (3.9)	0 (0.0)	5(3.3)
	品 質	良 い	17 (77.3)	69 (90.8)	46 (88.4)	132(88.0)
		普 通	2 (9.1)	7 (9.2)	3 (5.8)	12(8.0)
		悪 い	3 (13.6)	0 (0.0)	3 (5.8)	6(4.6)
	種 類	多 い	8 (36.4)	29 (38.2)	16 (37.2)	53(37.6)
		普 通	9 (40.9)	34 (44.7)	16 (37.2)	59(41.8)
		少 ない	5 (22.7)	13 (17.1)	11 (25.6)	29(20.6)
	価 格	高 い	21 (84.0)	62 (73.8)	41 (77.4)	124(76.5)
		普 通	4 (16.0)	21 (25.0)	10 (18.9)	35(21.6)
		安 い	0 (0.0)	1 (1.2)	2 (3.7)	3(1.9)

(津軽塗マーケティング調査より作成, 昭和61年)

Ⅳ 生産・流通機構と問題点

(1) 原材料の購入と製品の販売

漆の場合、95 %が中国産であるが、その多くは主に福井、大阪などの県外漆問屋から購入している。一方、木地は主に地元木地業者から購入している。しかし、各組合による共同事業が促進され

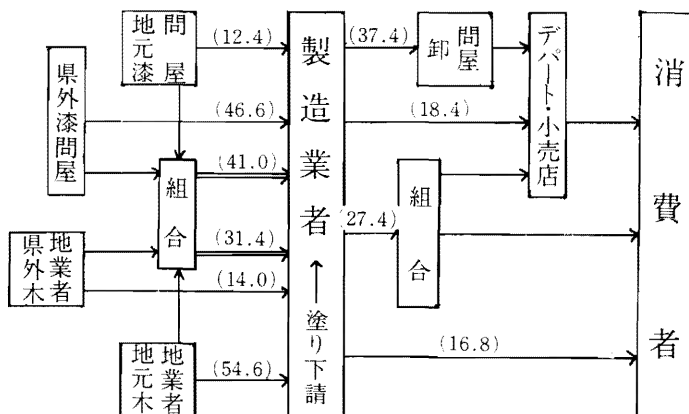


図3. 生産・流通機構

カッコ内は製造業者を中心としてみた流通の割合(%)

「津軽塗実態調査」(昭和55年)、および筆者の調査(昭和61年)より作成

てはおらず、漆、木地とも組合に依存するよりも直接個人で購入するケースが多くなっている。

また製品の販売先は、①卸問屋からデパート・小売店へ、②直接デパート・小売店へ、③組合を通して、④直接消費者へと複雑・多岐な流通経路となっている（図3）。

（２）生産・流通機構における問題点

生産機構上、漆器産地は商工未分化型と商工分化型とに二分されるが、製造業者が販売を兼ねている当産地は前者に属し、産地問屋が存在しない（図3）。卸問屋は存在しているが、それは同業者でしかも仕事を発注する親方や旦那と称せられるもので、本来の問屋とは性格を異にしている。元来、産地問屋とはデパートや小売店での人気商品の情報を消費地問屋を通じてキャッチし、その情報に基づいて製品の種類やデザインなどの企画を行い、さらにその企画をもとに産地内の製造業者に生産させるオーガナイザーとしての役割を持ち、しかも自らの手で市場化し販路の開拓を行っていくものである。当産地では、産地のかなめとも言える産地問屋が存在しないため販売力が弱く、小売で県内60％、東北、北海道各15％に対し、関東以西がわずかに10％と大消費地での販売競争において不利な状況にある。表2に組合別の製造業者が抱えている問題点を表わしたが、全体として販路の未開拓が最大の問題点となっている（33.1％）。また新製品の開発力の弱さや情報収集力の弱さも重要な問題点となっており、これは先述した産地問屋の不在に起因するものと言える。このような問題が原因で、業界最大メーカーのK漆器（従業員106人）が昭和60年6月に倒産し、業界全体に大きな波紋を投げかけている。

表2．製造業者が抱えている現在の問題点（％）

問 題 点 \ 組 合 名	弘 前 津 漆 器 協 会	青 森 県 漆 器 協 会	津 漆 軽 工 業 協 会	津 団 地 協 会	全 体
原材料の入手難	0.0	0.0	2.4	0.0	0.8
共同事業が促進されていない	1.9	22.2	7.1	14.0	10.9
後継者不足	9.6	7.4	12.9	2.1	8.8
技術・技能の低下	7.7	3.7	8.2	0.0	5.4
新製品開発力の弱さ	38.5	11.1	9.4	12.5	16.7
販路の未開拓	13.5	33.3	44.7	33.3	33.1
情報収集力の弱さ	23.1	3.7	10.6	10.4	11.7
資金調達難	5.7	18.6	4.7	27.1	12.6
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

（筆者のアンケート調査より作成、昭和61年）

表の4つの組合が青森県漆器協同組合連合会を形成している。

V む す び

新しい原材料の開発や機械化，また工場の集団化と分業化により量産体制を指向する産地が多く見られる中で，津軽塗は在来の伝統的手法を堅持し，技術的にもその評価は高い。しかし，工場の集団化が一部見られるものの，依然として1人親方の占める比率が高く零細であり，その資金調達難により新製品の開発力も弱い。また，需要の伸び悩みにより現在，業界は低迷を続けている。さらには，組合などによる共同事業は促進されておらず，産地としてのまとまりに欠けている。そして，当産地には産地問屋が存在していないため販売力に欠け，東京や関西方面といった大消費地への販路の開拓がなされておらず，そのことが最大の問題点となっている。

この様な問題に対し，近年，三越，小田急，高島屋などの中央デパートと提携を結び，また昭和61年には市の補助により，団地内に販売を行なう株式会社が設立され，販売体制の充実と大消費地への販路開拓に力を注いでいる。また同年には，青森県中小企業中央会により津軽塗についてのマーケティング調査が行なわれ，消費者の需要構造を分析し製品の生産・販売に役立てようと試みている。そして，さらには産地問屋設立のための動きも見られるようになった。

今後，以上の様な新しい動きが功を奏し，産地一丸となった津軽塗業界の発展を期待したい。

本稿作成に際し，御指導・御助言いただきました後藤雄二先生，水野裕先生，佐藤武司先生に心から感謝致します。

また，資料を快く提供し御協力をいただいた青森県漆器協同組合連合会，県工業試験場漆工課，通産省伝統的工芸品産業室，ならびに各組合員の方々に対し，末筆ながら深く感謝の意を表わします。

【参考文献】

- 佐藤武司(1977)：津軽塗 津軽書房，114 ページ
- 商工組合中央金庫調査部(1981)：揺れ動く漆器産業 商工金融，27～43
- 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
地理評，54－9，493～512
- 富士寿一(1983)：津軽塗の町。弘前 地理，28－8，120～127