

需要変化に伴うわが国家具産地の生産対応 — 高山産地と松本産地を事例として —

青 木 英 一

I はしがき

わが国において、一般国民が家具を広く使用するようになるのは明治期以降であるが、現在は各家庭で様々な家具が使用されている。そうした点で、現在の家具工業は生活用具を生産する工業といえる。生活用具を生産する工業である以上需要が消滅することはなく、生産は安定しているはずであるが、近年は生産減少が著しい。生産が安定しているはずの家具工業で著しい生産減少がみられるのは、需要に大きな変化が現れたからに他ならない。では、いかなる需要の変化が現れたのか、また、生産減少が進むなかで家具工業はどのような対応をとっているのか。この点を明らかにするのが本稿の目的である。

わが国における家具生産には、中小の生産者達が集積して生産するという地場産業特有の産地形成が広くみられるので、家具工業の対応については産地を通して考察することにしたい。

家具工業は、原料として木材、金属、プラスチック、石、籐等を使用している。これらのうち、わが国で産地形成をしているのは木製家具工業である。従って、本稿で家具産地として取り上げるのは、木製家具を生産し、多数の企業が集積している地域である。ただ、生産減少が進む木製家具の産地であっても、大幅に減少している産地と小幅にしか減少していない産地とがある。

ところで、地場産業産地の生産減少への対応を明らかにしようとした研究は繊維工業や陶磁器工業を中心にかなり蓄積されているが¹⁾、家具工業

ではほとんどみられない。最近では黄完晟の研究がみられる程度である²⁾。黄はこの研究の中で、箱物家具の産地である大川市と府中市（広島県）の生産構造を考察し、産地内分業を通じた産地間競争から産地の枠組みを超え、企業間競争へと展開しつつある状況を明らかにした。

大川市と府中市はわが国の代表的な家具産地であるが、その他にも多くの特色ある産地がみられる。家具生産額が大きな産地としては大川市、府中市の他、静岡市、高山市、旭川市、日田市等があり、経済産業大臣に指定されている伝統的工芸品を生産している産地としては奥州市（岩谷堂箆筥）、春日部市（春日部桐箆筥）、加茂市（加茂桐箆筥）、松本市（松本家具）、名古屋市（名古屋桐箆筥）、岸和田市（大阪泉州桐箆筥）、和歌山市（紀州箆筥）等がある。ただ、伝統的工芸品産地の場合、松本産地を除いては箆筥に限定されている。そして、いずれの産地も生産額は小さい。

こうした産地の中から本稿での研究対象産地を選定するには、生産額が大規模な産地と伝統的工芸品産地の双方から選定するのが妥当と思われる。また、1カ所は生産減少が小幅に留まっている産地を選ぶ必要があると考える。その結果、高山産地と松本産地を研究対象産地とすることにした。高山産地は他の大規模産地と比較すると生産減少が小幅に留まっており、松本産地は和家具以外の家具生産も盛んで、高山産地との比較が可能になると思われるからである。

実地調査は2007年8月～12月に、高山産地や松本産地の協同組合事務所や家具メーカー、技能者養成施設等合計16カ所で実施した。

Ⅱ わが国家具生産の近年の動向

1989（平成元）年以降の家具製造業の出荷額推移をみると（図1）、1991年の3兆55億25百万円をピークに減少傾向にある。2005年は1991年の48.1%にまで減少した。一方、家具の輸入額推移をみると、増加傾向にある。1989年には1,703億94百万円に過ぎなかったが、2005年には5,464億89

百万円と、3.2倍にまで増加した。また、「商業統計表」によると、1991年の家具・建具・什器等卸売販売額は11兆3,813億77百万円であったが、2004年には7兆5,998億20百万円となって、66.8%にまで減少している。こうした状況から、販売額の減少割合以上に家具製造業の出荷額が減少し、それに代わって輸入額が増加してきていることが読み取れる。国内の家具需要が次第に、国産家具から輸入家具に移行しつつあるといえよう。

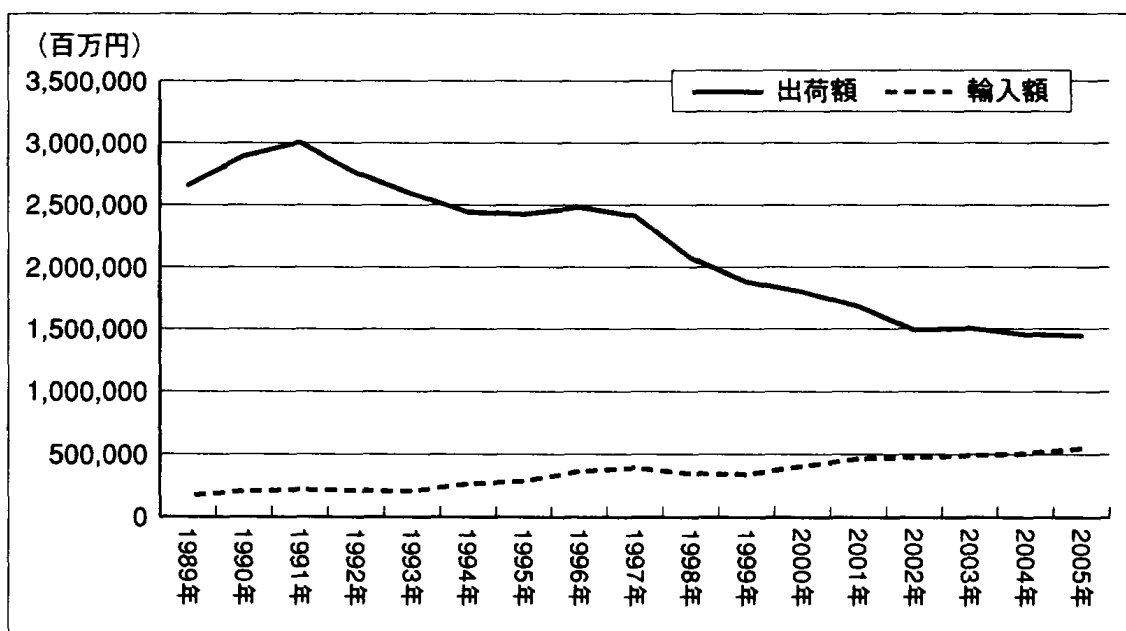


図1 家具の出荷額・輸入額推移

資料：「工業統計表 産業編」，「財務省貿易統計」

注) 出荷額については従業者4人以上事業所対象

輸入家具1件当たりの単価を「財務省貿易統計」からみてみると、1989年には単価726.6円であったものが、2005年には373.5円にまで低下している³⁾。この低下傾向は徐々に進んできたものである。すなわち、国内の家具需要は安価な輸入家具指向が高まってきたのである。

国内の木製家具生産を品目別にみると(図2)⁴⁾、どの品目の出荷額も1991年をピークに減少傾向にある。そのなかでも、机・テーブル・いすやたんすの減少が大きい。ピーク時の1991年と比較すると2004年には、机・テー

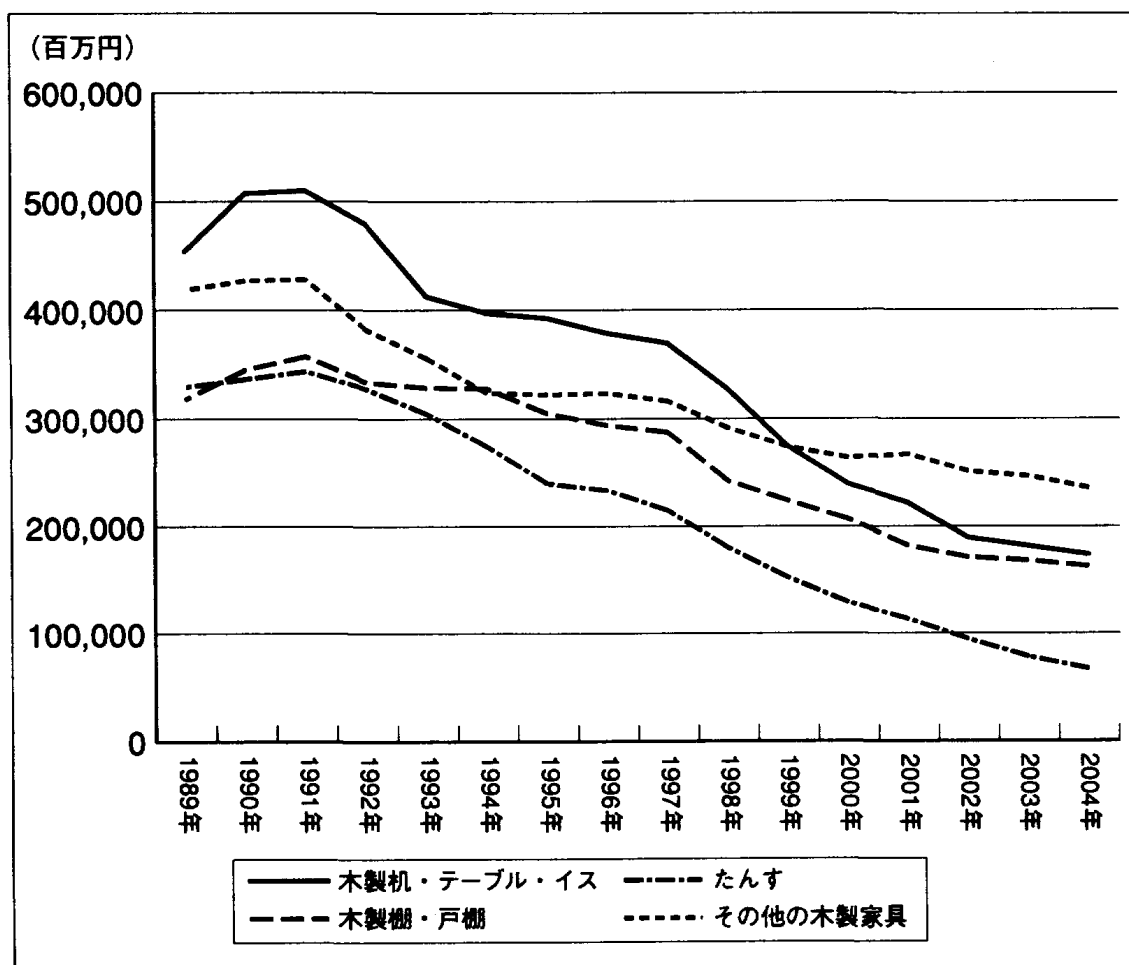


図2 品目別家具出荷額推移（4人以上事業所）

資料：「工業統計表 品目編」

ブル・イスは34.0%、たんすは19.5%しか出荷していない。しかし、棚・戸棚も45.5%、その他の家具も55.0%の出荷に留まっているので、輸入家具の影響は、品目による相違はあるものの、全ての品目に及んでいるといえる。たんすの大幅な減少は需要そのものの減少によるところが大きいと思われる。

木製家具を生産しているわが国の主要産地の生産状況を見ると（図3）⁵⁾、1990年～1992年のピーク時以降どの産地も出荷額が減少している。各産地ごとに、ピーク時と比較して2005年の出荷額比率をみると、旭川市37.1%、松本市31.2%、高山市56.5%、静岡市30.4%、府中市34.6%、大川市33.7%、

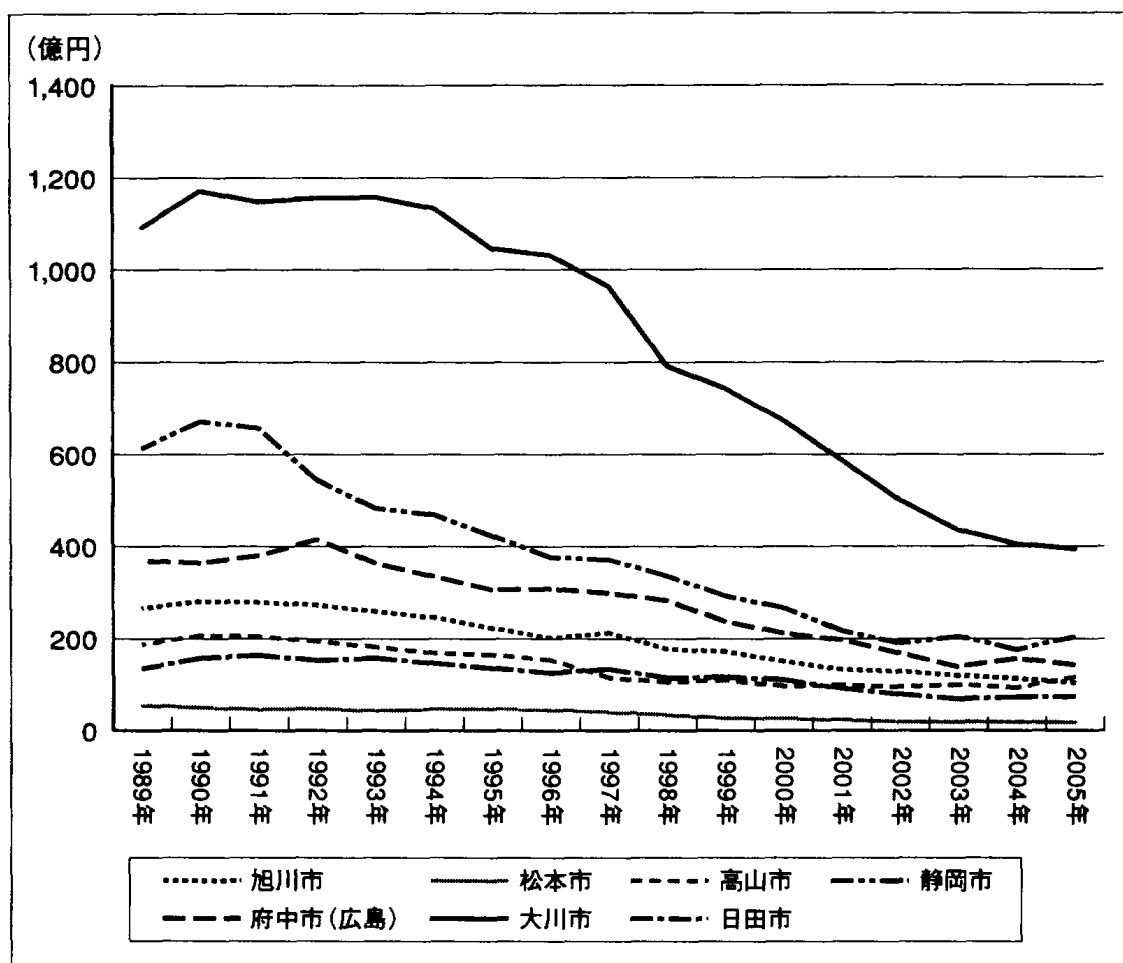


図3 産地別家具出荷額推移 (4人以上事業所)

資料:「工業統計表 市区町村編」

日田市45.0%となっている。大部分の産地が30%台にまで減少しているなかで、高山市や日田市の出荷額比率は比較的高い。特に高山市は60%近くに達しているので、主要産地の中では生産が安定しているといえよう。本稿で研究対象産地にしているもう一つの産地松本市は、静岡市に次いで出荷額比率が低いので、需要変化の影響を大きく受けたといえる。

以上から、1990年代前半以降、国内の家具需要が次第に安価な輸入家具を求める方向に移行し、それに伴い、国内の家具産地の生産が減少するようになったことが分かる。おそらく、輸入家具と競合するような安価な量産家具を生産していた産地（あるいは企業）が、より大きな影響を受けた

ものと考えられる。一方、高品質でデザイン性に優れた家具・インテリア商品や、安全性と健康に配慮した家具の需要増加が見込まれているので⁶⁾、こうした家具を生産している産地（あるいは企業）は比較的影響が小さいと思われる。ただ、家具は消費者が一度に大量購入するものではなく、次々と買い換え需要が生まれるものでもない。従って、家具産地の生産が急激に増加傾向に転ずることはないであろう。

Ⅲ 高山産地における生産・流通構造と需要変化への対応

1. 脚物家具中心の産地形成

高山市が位置する岐阜県飛騨地域は、大宝律令により、奈良時代や平安時代を通じて、造宮・造寺の賦役を課せられていた。この賦役者達が「飛騨の匠」と呼ばれていた。この「飛騨の匠」の技術が、その後の木工関係の地場産業に受け継がれていると考えられている⁷⁾。

高山産地において、たんす等の和家具生産は明治初期より行われていたようであるが⁸⁾、現在はほとんど生産されておらず、「飛騨の家具」として知られた高山産地の家具は洋家具が中心である。

1920（大正9）年、有志により中央木工（株）を設立し、地元のブナ材を利用して、曲木技術によるいすの生産を開始したのが、高山産地における洋家具生産の最初である⁹⁾。中央木工（株）はその後1923年に飛騨木工（株）と社名変更し、試行錯誤しながらいすやテーブル類を国内のみならず海外にも販売するようになった。1945年には飛騨産業（株）と社名変更し、技術改良を進めた結果アメリカ合衆国への大量輸出が可能となり、産地内の他の家具メーカーにも曲木技術を伝えて協力を要請し、高山産地としての生産を拡大させた。こうした背景のなかで、高山産地の主要生産品はいすやテーブルといった脚物家具（洋家具）が中心となった。

1960年代後半以降になると、飛騨高山が観光地として脚光を浴びるようになり、「飛騨の家具」の名も知られ、国内需要が拡大した¹⁰⁾。これをきつ

かけにして国内向け家具生産に重点を置くようになり、さらに、1970年代のドルショックやオイルショックも契機となって、この時期に大半の製品が国内向けとなった。

2. 高品質家具主体の生産・流通構造

高山産地（高山市）における近年の木製家具の出荷額推移は図4の通りである¹¹⁾。1992年の172億84百万円をピークに次第に減少し、2002年には84億18百万円（1992年の48.7%）にまで減少したが、その後は増加傾向に転じ、2004年は92億51百万円（1992年の53.5%）にまで増加した。図3から推察すると、2005年はさらに増加したと思われる。1992年当時の出荷額に戻ることはおそくないが、今後の生産は安定的に推移しよう。

2004年現在、高山産地には飛騨産業(株)をはじめとして24の家具メーカーが立地している。筆者はこれらメーカーのうち、産地を代表する4社でヒヤリング調査を実施した。4社はいずれも高山市に立地している。これら4社の生産状況から、産地の生産構造を考察したい。

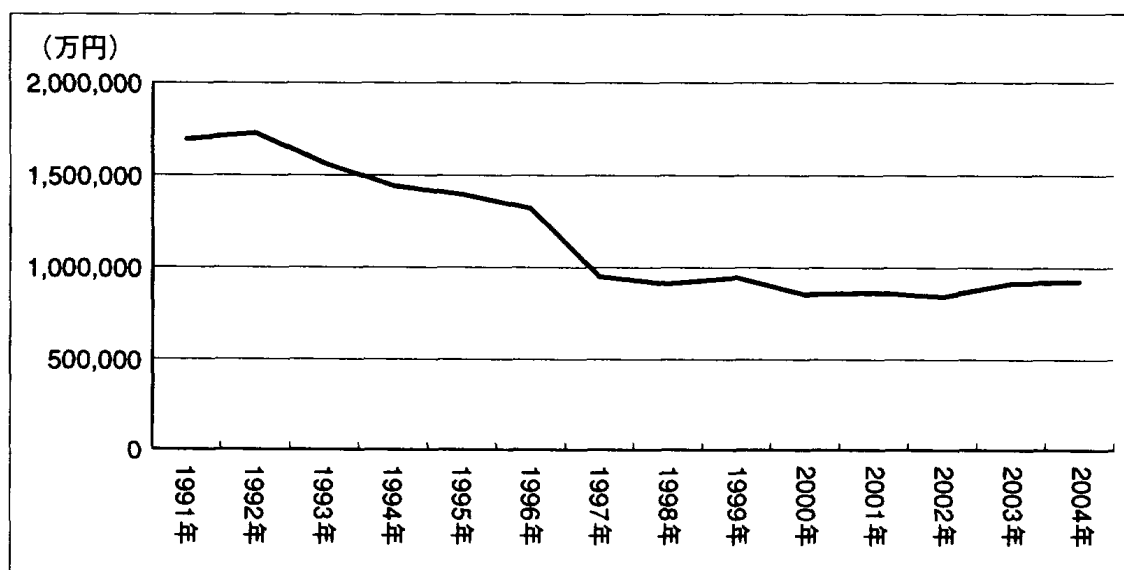


図4 高山市における木製家具の出荷額推移（全事業所）

資料：「高山市の工業」（高山市）

A社は1920年に設立され、地元ブナ材を利用して曲木加工した脚物家具の生産・販売を開始した。当時、飛騨地域は畳と卓袱台（ちゃぶだい）という生活様式であったため、地元での脚物家具の需要が少なく、当初から岐阜・名古屋等他地域の都市部への販売に力を入れていた。第二次世界大戦後に曲木技術の技術革新が進み、アメリカ合衆国を中心とした海外への輸出が増加し、他社にも生産協力してもらうようになった。曲木技術はドイツから伝わったものであるが、この技術が高山産地で大きく発展することになったのは、古来の「飛騨の匠」の木工技術が生かされたことによるといわれている¹²⁾。A社の技術上の特質はこの曲木技術にある。原料の木材を、それまでのブナ材に代えて、1986年からアメリカ合衆国のナラ材を中心にするようになった。現在は、杉等一部の国産材を除き、大部分を輸入材に依存している。内陸地域では輸入材利用は不利であるが、それを技術力でカバーし、中級品以上の製品生産に注力している。製品は現在でも脚物家具を中心に、棚等の製品も生産している。1973年以降は国内向け専門になった。売り上げは横ばい状態にある。家具用の金属部材や合板は外注しているが、家具そのものの生産は下請に出さず一貫生産している。従業者は290人で、うち160人が現業である。職人によって家具を一貫生産するものと、木取り等の一部工程専門のものに分かれているが、大部分は一貫生産する職人である。

B社は1943年に設立され、生地物（ひしゃく等）の生産を開始した。1950年以降いすの生産を開始し、1958年以降は90%がアメリカ合衆国向けの生産となった。1974年に国内向け中心に転換し、1985年に輸出から完全撤退した。現在も国内向け専門である。製品は脚物家具の他、棚等の生産も行っている。また、1990年からは建装材の生産も開始した。売り上げはほぼ横ばいで、家具は全体の45%を占めている。原料はナラ材で、ほとんどがアメリカ合衆国やロシア、中国からの輸入材である。生産面で、棒抜き（脚の部分の粗削り）や合板は外注している。B社の技術上の特質は、家具と

建装材の両方を生産することで、部屋の中をトータルコーディネートできる点にある。曲木技術も特質に挙げられる。従業者は270人で、うち210人が現業である。地元の高山工業高校出身者が多い。

C社は1946年に設立され、スコップや鎌の柄を生産開始した。翌年には学校用の机・いすの生産を開始したが、1958年からは輸出用折りたたみいすの生産を開始し、生産規模が拡大した。その後、各種いす類、ダイニングテーブル、ワゴン、ベッド、システム収納特注家具等生産品目を増加させ、現在に至っている。現在の売り上げは、数量では漸減傾向にあるが、高付加価値化のため金額では漸増傾向にある。現在はほとんど輸出していない。原料の木材は国産のナラやブナが主であるが、大部分は北海道や青森県、秋田県産のものを使用している。合板は外注している。部材の一部を産地内のメーカーに外注している。C社の技術上の特質は、シックハウス対策に積極的に取り組み、環境に配慮した製品作りをしていることである¹³⁾。また、曲木技術も特質に挙げられる。従業者は138人で、うち103人が現業である。

D社は1974年に設立され、ナラ材を使用した家具の注文生産を開始した。最初は5人で立ち上げたが、5人とも東京からの移住者であった。1978年に東京で展示会を開催してから注文が増加し、発展の基礎を築いた。その後は毎年展示会を開催するとともに、横浜、名古屋、大阪等他地域でも展示会を開催するようになった。さらに、家具生産の他に建築部門にも進出するとともに、技術研修施設や宿泊施設等も開設するようになった。大きな家具は現在でも注文生産であるが、いすや小物類は見込み生産をしている。外部への下請外注はなく、一貫生産をしている。簡単な小物類は技術研修施設で生産している。売り上げは年々増加傾向にあり、家具は全体の58.3%を占めている。原料の木材は国産材が大部分を占め、主なものは北海道産のミズナラや地元産の朴、栃等である。D社の技術上の特質は、無垢材を使用した木組みによる生産にあり、漆は天然素材を使用し、長期間

の使用に耐えることを心がけている。また、循環型の企業を目指しており、植林から手がけるとともに、端材やおがくずの利用も進めている。従業者は74人で、うち30人が現業である。

以上、4社の生産状況をみてきた。高山産地を代表する企業が4社ともに売り上げを減少させてはおらず、横ばいか漸増である。わが国の家具工業の近年における生産状況からみれば、安定した経営を行っている企業であるといえる。製品はD社を除き脚物家具が中心で、しかも、4社ともに低価格品を生産してはいない。また、生産技術上の特質は曲木技術にある。曲木技術の産地内での普及には、飛騨産業(株)の尽力が大きかった。この曲木技術が、高山産地が洋家具(脚物家具)産地として成立、発展してきた背景になっている。原料は、生産規模の大きなA社とB社は輸入材中心で、A社とB社より規模の小さいC社とD社は国産材中心となっている。4社ともに市場は国内向けに特化している。一部の部材を下請に外注している企業があるが、一般的には一貫生産している。高山産地を主導する企業のこうした特質、なかでも固有の技術を有して高品質の製品を生産しているという特質こそ、高山産地が安定的な生産を続けている要因になっている。

安定した需要を確保する製品作りの基本は品質であり、その品質を支えているのが技術力である。高山産地は価格競争に巻き込まれることなく、高品質の家具生産に特化してきた。技術力の向上には、各社とも力を入れている。技術レベルを示す国家資格や社内資格への挑戦を奨励し、技術力研磨のための便宜を図ったり、社内でのコンクールを実施したり、熟練工による指導を行ったりしている¹⁴⁾。また、デザインも技術の一部とって良いが、各社はそれぞれにデザイナーを抱えており、優れたデザインの家具生産にも力を入れている。

次に流通構造について考察する。高山産地には卸商が1社あるが、4社ともに自社内に営業部門を有し、全国の小売店や消費者に直接販売してい

る。A社は東京、大阪、名古屋、札幌、広島、福岡に支店を置き、各地の小売店と直接取引している。独自商品を開発、展示し、それを見て注文してもらう場合と、特別注文に応じて生産する場合とがある。B社は受注生産を中心とし、全国の小売店や卸商と取引している。また、東京と名古屋にショールームを設置し、直接販売も行っている。C社は全国の小売店と直接取引しているが、首都圏だけで売り上げの50%を占めている。その他に、東京にある岐阜県の施設に直営店も出している。D社は顧客から直接注文を受ける形態を採っている。顧客名簿は10万件を超え、注文品完成後は顧客宅へ直送している。「D社通信」を定期的に発行している他に、メールマガジンも提供している。口コミ等で顧客は増加傾向にある。4社ともに輸出はほとんど行っていない。

以上のように、高山産地を代表するようなメーカーは、流通面で卸商に依存することがほとんどなく、国内市場向けに、企業単位で営業を展開している。

3. 産地ブランドの確立を図る対応

国内の家具需要が安価な輸入家具指向に変化してきたため、国内の多くの家具産地が生産を大幅に減少させてきた。高山産地も例外ではなかったが、他産地と比較すると減少の幅が小さかった。それは、早くから中高級家具生産に重点を置いてきたためと思われる。すなわち、安価な家具の需要が輸入品指向になったのに対し、中高級家具の需要は輸入品指向にならなかったため、高山産地の生産減少が比較的小幅な範囲にとどまることができたからである。

さらに、高山産地は現在、産地ブランドの確立に力を入れている。「飛騨の家具」というブランドを使用する場合は、地域内加工率を100%とし、商品の品質を10年間保証することになっている。これによってブランドの信頼を得ようというのである。そして、高い技術力を確保するための人材育

成にも力を入れている。

2002年9月からは、「飛騨・高山暮らしと家具の祭典」を高山市内で、毎年1回開催している。ここでは、各家具メーカーが自社の製品を展示して特徴をアピールする他に、コンクールでの入選作の展示も行われ、全国からバイヤー等多くの人を集めている。高山産地の宣伝に大きく貢献しているといえる。

また、企業によっては、直接販売を拡大したり、経営の多角化に力を入れたりして、収入の安定に取り組んでいる。

以上のように高山産地は、産地としての取り組みと企業としての取り組みの両面から、需要変化への対応を進めている。

Ⅳ 松本産地における生産・流通構造と需要変化への対応

1. 和家具から洋家具への産地形成

「松本市史」によれば、明治9年前後に南深志町で長持200、たんす250が生産されていた¹⁵⁾とあるので、当時家具工業が成立していたと考えられる。池田三四郎は「高山と松本はよほど昔から木工の技術の交流があったと思われる。また高山は徳川時代、京都との文化交流がしげく、そのためか「小京都」とよばれたほどであった。昔の技術はみな手工芸であるから、その中央の高度の技術が古くから高山に伝来していたと考えられる。そしてその末端の流れの中に松本も入ることになるのであろう¹⁶⁾。」と述べているが、こうした点から「松本家具」と呼ばれる和家具の生産は、高山の技術を背景にして、すでに江戸時代から成立していたと考えられる。そして、大正末期から昭和初期にかけて和家具産地として発展し、茶箆箆や卓袱台の生産でわが国有数の産地となり、手作業による大量生産が行われていた¹⁷⁾。

こうした和家具生産は第二次世界大戦後に衰退してしまったが、和家具生産の技術は、その後成立する民芸家具の技術に生かされることになった。池田三四郎は柳宗悦の薫陶を受けて、1948年に(株)松本民芸家具を設立し、

和家具職人による民芸家具生産に取り組んだ。その後の紆余曲折はあったが、いすやテーブル等の手作りによる生産が安定的に継続され、1976年には「松本家具」として経済産業大臣（当時は通商産業大臣）による伝統的工芸品指定を受けることになった。

一方、民芸家具生産に参加しなかった家具工場もあり、それらは市街地内に散在していたが、1964年に松本諏訪地区が新産業都市に指定されたのに伴い、1966年に郊外に造成された木工団地に12社が移転した¹⁸⁾。移転当時は収納家具や応接セット、工芸品を生産する工場が多かった。

2. 小規模メーカー中心の生産・流通構造

松本産地（松本市）は家具生産に関する統計の整備が行われていない。そのため、木製家具の出荷額推移をみることはできないが、図3から推察すれば、一貫して生産減少傾向が続いていると思われる。しかも、高山産地と比較すると減少幅が大きい。

家具メーカーの数も明確ではない。伝統的工芸品「松本家具」の生産協同組合に所属するメーカーが3社、木工団地組合に所属するメーカーが7社ある。それ以外にも家具メーカーが存在するが、はっきりしているのは、信州木工会という長野県全域を対象とした家具メーカー等の相互協力団体に加入している、松本市内のメーカー6社だけである。おそらく20社程度の家具メーカーが松本市内に立地していると思われる。筆者はこれらメーカーのうち、4社でヒヤリング調査を実施した。これら4社の生産状況から、産地の生産構造を考察したい。

E社は、1944年に設立され木工品や兵舎の生産を行っていたが、1948年に改組して民芸家具生産に転向した。製品はいすやテーブル、食器棚等で、当初は和家具職人に欧米の古い家具を習作させて技術を習得させ、洋家具生産技術に和家具生産技術を合致させていった。現在も民芸家具を生産しており、伝統的工芸品「松本家具」は民芸家具のバリエーションの一つで

ある。原料は国産の梓（みずめ桜）を使用している。木取りから全で一貫生産で、職人による手作りである。木取りは木の性質を見極めて行っている。現在従業者は28人いるが、入社後5年間は家具づくりをせず、次の5年間は親方の下で技術の習得に努め、その後独り立ちして家具職人となる。家具職人になると給料制から出来高制に変更になる。製品には一つ一つに製作した職人の銘を入れている。E社の技術上の特質は、高品質で飽きのこない、使いやすい製品作りにある。売り上げは、民芸ブームであった昭和50年代と比較すると80%程度に減少したが、近年は安定的に推移している。

F社は、1947年に設立されいすやテーブル等の洋家具を生産していたが、20年ほど過ぎてからカラ松材による学童机・いすの生産を開始した。当初は従業者も多く（63人）、売り上げも大きかったが、次第に松本市内の小学校に木製机・いすが行き渡るようになって生産を中止した。現在は洋家具一般を生産している。全て顧客からのオーダーメイドである。売り上げは減少傾向にある。現在の従業者は4人である。原料はナラ、タモ、桜、樺、チーク、ウォールナット、マホガニーで、東京の木場に注文している。国産材も使用するが、輸入材の使用が多い。一人の職人が木取りから仕上げまで行う方法で生産している。

G社は、第二次世界大戦前に大阪や神戸で修行した初代が、1946年に松本に戻って設立した。現在2代目である。初代が設立した当初は家具の注文がなく、ゴミ取りや便器の蓋等を生産していた。その後、家具店の下請や、卓球台等のスポーツ用品の生産を行うようになり、1953年になって初めて職人を雇用した。2代目は工業高校卒業後いったん会社勤めをしていたが3年で辞め、静岡へ2年間鏡台作りの修行に行き、1969年に家業に入った。その後、鏡台や婚礼セット生産が中心になった。1980年前後からは事務机等の洋家具生産も行うようになった。現在は洋家具の創作家具が中心である。原料はみずめ桜、樺、ナラ、樺を使用していたが、現在、みず

め桜は使用していない。以前は県産材が中心であったが、現在は関東の木材商から仕入れている。従業者は7人で、生産は一人の職人が一貫して生産している。G社の技術上の特質は、和家具生産技術を基礎にしたオリジナルティーにある。また、塗装にも草木染めの技術を導入した独自性を有している。売り上げは安定的に推移している。G社は信州木工会の中心的メンバーで、2007年現在、会長を務めている。

H社は、長野県松本技術専門校出身の女性2人によって1997年に設立された。最初は木工団地内の松本木工館¹⁹⁾で製作していたが、2002年に独自の工場で作成できるようになった。同年に信州木工会に加入し、交流を通して技術の向上に取り組んでいる。2006年には伊那の技術専門校出身の1人が加わり、現在は女性3人で家具生産を行っている。製品はフラッシュ家具、無垢家具の全般で注文により生産している。原料はナラ、タモ、ウォールナット、桜で、国産材、輸入材ともに伊那の木材商から仕入れている。売り上げはまだ小さいが安定的に推移している。H社の技術上の特質は、注文に幅広く対応できる点にある。ただ、フラッシュ家具の場合は新築家屋への取り付け用が多いので、建築現場での取り付け作業は体力的に大変である。

以上、4社の生産状況をみたが、売り上げについては3社が安定的に推移している。ただ、高山産地と比較すると売り上げ規模が小さいメーカーが多い。また、産地内には廃業するメーカーも多いようである。「松本家具」の生産協同組合参加企業はかつての7社から3社に減少し、木工団地の参加企業は12社から7社に減少した。ほぼ半減したといえる。これらは安価な輸入家具の影響を受けた結果と考えられる²⁰⁾。

製品や技術上の特質では、伝統的工芸品「松本家具」を除けば各社各様である。しかも「松本家具」の生産量は僅かであるので、産地としての特産品が明確でない。すなわち、「松本の家具」といった産地ブランドが確立されていない。それより「信州家具」といった方が広く知られており、

各メーカーも松本という産地名にこだわりを持っていない。しかし、「信州家具」とは何を指すのかというと、長野県内で生産された家具というだけで、製品上、技術上の特質が明確にされているわけではない。従って、「信州家具」自体も確立された産地ブランドとはいえないのである。

人材育成についてであるが、高山産地においては社内での育成に力を入れていたが、松本産地で同様の育成方法を採用しているのはE社である。E社は高山産地のメーカー以上に徹底した育成を行っており、親方・子方の関係が形成されている。E社を除くメーカーは、採用前に従業員が一定の基礎技術を有していることを前提として、技術専門校出身者を採用している。企業規模が小さいため、社内での技術伝承がE社以外は困難であるということである。また、H社のように技術専門校出身者が独立して起業する場合もある²¹⁾。

松本産地の家具工業は、産地として一つの方が打ち出されているわけではなく、家具メーカーが各社各様の生産体制を採用していることが分かる。それだけに産地としてのまとまりはない。

次に流通構造について考察しよう。4社ともに卸商を経由することなく、顧客あるいは小売店に直接販売している。E社は営業部門が形式的には別会社になっているが、実質的には一体化しており、全国に販売している。松本市内にショールームがある。F社は積極的な営業活動をしておらず、口コミによる注文に対応しているだけである。G社とH社は信州木工会に加入しているが、信州木工会では東京のデパートを中心に展示会を開催し、多くの会員メーカーが展示即売している²²⁾。また、この展示会により会員メーカーの知名度が上がり、売り上げを伸ばしているところもある。G社では、展示会がきっかけとなった特別注文による売り上げが、年間売り上げの90%を占めている。H社も展示会が売り上げ増加のきっかけとなっている。H社ではその他に、取り付け家具の場合は設計者からの紹介による注文もある。輸出については4社とも行っていない。

3. メーカーにより異なる対応

松本産地では安価な輸入家具の影響を受け、家具メーカーの減少が進んだ。家具メーカーからのヒヤリングのなかでも、県内の量産型のメーカーが倒産し、長野県の家具工業の衰退が進んだとの声が聞かれた。こうしたなかで、現在も安定した生産活動を続けているメーカーはどのように対応しているのだろうか。

E社は、基本的には一時的なブームに乗ったものや個性が強いものは作らず、飽きがこない、使いやすい、長く使えるものを作ることをモットーにしている。ただ、どのような製品が好まれるか、あるいはどのような方法で製品が購入されるかは時代によって変化するので、そうした変化を読み取る努力を続けている。その結果、売り上げは安定的に推移している。

F社は、売り上げ減少傾向にあるが、学校家具から転換し、学童机やいすを生産していた技術を生かして、教会やホテルや個人向けにいすやベンチ、テーブル、棚類等幅広く生産し、製品の多角化を図っている。

G社は、創作家具に活路を見だし、他社との差別化を図っている。

H社は注文主との直接取引に絞っており、顔の見える関係を構築している。また、G社H社ともに展示会への参加が、売り上げの安定化に結びついていることは先述した通りである。

いずれにしてもこれら4社は、量産型の低価格品を生産しているわけではなく、品質重視の家具作りによる対応策を採っていることが分かる。一方、産地としてのブランド確立といった共通した取り組みは全く行われていない。

以上からも、松本産地における需要変化への対応はメーカーごとに各社各様で行われており、高山産地のような、産地としてのまとまった対応が行われていないことが分かる。

V 対応の地域的相違の意味

高山産地と松本産地を事例にして、家具の需要変化に対する産地としての対応状況をみてきた。

高山産地は近年の需要変化以前から、技術力を背景に、中高級家具生産に特化していた。そのため、需要が大きく増加することはなかったが、一方、安価な輸入家具の影響を受けた需要の減少も小さかった。しかも、高品質の家具生産に産地を挙げて取り組むために、「飛騨の家具」という産地ブランドの確立にも力を入れてきた。同時に各家具メーカーは、社内で従業員の技術力向上にも取り組んできた。そうした努力が、衰退する国内家具産地のなかで安定した生産推移を示す要因になったのである。

松本産地は必ずしも中高級家具生産に特化していたわけではなかったため、需要変化のなかで量産型の家具メーカーが倒産したりして、生産減少が進んだ。しかし、生産が安定的に推移している家具メーカーもある。そうした家具メーカーは製品上・技術上の特質を有しており、需要変化に対して自社の特質を発揮させる努力をしてきた。ただ、需要変化のなかで、製品上・技術上の対応をしてきたのは各家具メーカー自身であり、産地としてまとまった対応をとってはこなかった。

両産地に共通しているのは、技術力を背景にした高品質の家具生産に特化するという対応姿勢である。そして、そういう姿勢を保持している家具メーカーが生き残ってきたのである。しかし、両産地は産地としての対応において大きく異なる姿勢を見せている。高山産地が産地ブランドの確立にも力を入れ、産地を挙げての取り組みを進めているのに対し、松本産地は各社各様の取り組みのみで、産地を挙げてのブランド確立には取り組んでいない。

以上のような、産地としての取り組み姿勢の相違は何を意味するであろうか。簡単にいえば、「産地ブランド」確立への取り組みと「企業ブランド」確立への取り組みの相違といえるであろう。産地ブランドが確立され

れば、そのブランドを使用して製品を販売する場合、一定の条件を満たさなければならない。全く自由な製品作りはできなくなるのである。しかしその一方で、産地ブランドを使用して製品を販売できれば、家具メーカーの名が世間に知られていなくても、製品自体は全国的に通用するものとなる。産地ブランドはそういう意義を有している。だが、産地内の各メーカーが共通の目標を持たないか、持っていてその目標を達成するために協力し合わなければ、産地ブランドの確立は困難である。そこで、共通の目標を持たない産地では、各メーカーが自社の特質を明確にするための取り組み、すなわち企業ブランド確立への取り組みをせざるを得なくなる。自社の特質を明確化できたメーカーは企業ブランドを確立できるかも知れないが、自社の特質を明確化できなかったメーカーは発展することが困難になり、廃業に追い込まれるかも知れない。その結果、企業ブランドの確立のみに依存する産地は、一部のメーカーの生き残りを図ることはできても産地としての製品コンセプトが弱いため、産地として発展を図ることは難しくなる。高山産地と松本産地の相違はこうした点にあると思われる。

ところで、企業ブランド確立に重点を置いている産地では全く自由な製品作りができるのであろうか。上野和彦は、地場産業産地におけるブランド形成について、「産地ブランドは、産地性そのものが製品価値であり、産地内生産が基本である。……一方、企業ブランドは企業の戦略性による製品生産である。しかしながら企業ブランド製品であっても地場産業製品である限り、産地性をすべて払拭することはできず、何らかの形態で産地性を包含する必要がある²³⁾。」と述べている。産地を形成している家具工業にはこの概念が当てはまるので、松本産地の家具メーカーの場合でも、全く自由な製品作りをすれば、産地性がいつそう弱められてしまうといえる。松本産地の家具工業が地場産業である限り、産地性を完全に無視することはできない。産地としての一定の製品コンセプトの下で、企業ブランド確立を図らざるを得ないのである。

産地としての対応で、両産地にこのような相違が生じた原因は何であろうか。それは、製品上・技術上の特質を早くから絞り込むことができた高山産地と、複数の製品上・技術上の特質が並立していた松本産地の生産構造上の相違によると考えられる。高山産地では、曲木技術の確立といすを中心とした脚物家具のアメリカ合衆国等への大量輸出が産地を一本化させたが、松本産地では和家具生産技術からの転換が一本化されなかったのである。

以上から、産地の生産構造が、需要変化への対応に大きく影響することが確認できた。

Ⅵ むすび

家具に対する需要の中心が安価な輸入家具に流れるなかで、国内の家具産地では高品質の家具生産に比重が移ってきた。そして、高品質な家具生産を行っている家具メーカーが生き残ってきた。本稿では、そうした状況を高山産地と松本産地の事例を通して明らかにしたが、一方、両産地には産地としての対応に相違がみられることも明らかにした。すなわち、企業ブランドの向上も図りながら産地ブランドの確立を目指すか、企業ブランドの確立のみを目指すかである。高山産地は産地ブランドの確立を目指しており、松本産地は企業ブランドの確立のみを目指している。

高品質化はブランドの確立につながるものである。高品質化を進め、産地としての製品コンセプトも明確になっていれば、産地名から製品の特質が理解されやすいが、製品コンセプトが明確になっていなければ産地名から製品の特質は理解されない。製品の特質が理解されなければ、需要の拡大は困難である。その点で、松本産地の家具メーカーは産地名に大きく依存して製品を販売することができず、独力で企業ブランドを向上させない限り、高山産地の家具メーカーと比較すれば流通面で不利になると思われる。現在のところ、松本産地の家具メーカーの企業ブランドは、一部メー

カーを除き、狭い範囲でしか確立されていないようにみえる。このことが、売り上げ規模の小ささに結びついているといえよう。各家具メーカーが自社の企業ブランドを高めていくのは容易ではない。ある程度は産地に依存して販売していくしか発展の道がないのではなかろうか。従って、松本産地としては今後、一定の共通した製品コンセプトを確立することが必要になるであろう。

はしがきでも述べたが、黄完晟は大川産地と府中産地を事例に、産地内分業を通じた産地間競争から、産地の枠組みを超えた企業間競争に変化してきたことを述べている。すなわち、産地に依拠せず各企業が単独で競争し合う状況になったということである。これは地場産業産地の崩壊を意味していよう。しかし、高山産地では現在も、産地ブランドを確立する方向で地場産業産地の維持が図られている。そもそも高山産地では、以前からメーカーによる一貫生産がほとんどで、工程間の分業は行われてこなかった。また、製品コンセプトがメーカーによって異なる松本産地では、地場産業産地の維持が図られているとはいえないかも知れないが、独力で全国の家具メーカーと競争するようなメーカーはほとんど存在せず、地場産業産地が崩壊したわけではない。それに、高山産地と同様、以前から産地内で工程間分業が行われてはこなかった。つまり、高山産地、松本産地ともに、大川産地や府中産地のような変化を見せていないのである。

このように、家具の需要変化に伴う産地の対応は様ざまであることが分かる。対応が様ざまであるとすれば、高山産地と松本産地の事例を明らかにしただけで、家具産地の対応が一般化できたとはいえない。今後も事例研究の蓄積が必要である。

[付記] 本研究の調査に際しては、高山産地、松本産地の家具メーカーや生産組合、市役所、技能者養成施設、研究機関等の方々に資料を提供していただいたり、ヒヤリング調査に応じていただいた。厚く感

謝の意を表したい。

なお、本研究の実施に当たり、平成19年度千葉敬愛学園研究プロジェクト補助金の交付を受けた。

注および参考文献

- 1) 以下の文献で述べているので参照されたい。
青木英一（2008）：わが国陶磁器産地における生産減少への対応―産地間比較を通して―，「人文地理」Vol.60 No.1，pp.1-20
- 2) 黄完晟（1997）：「日本の地場産業・産地分析」，税務経理協会，221p.
- 3) 家具の中には木製以外の金属製や籐製、プラスチック製等も含まれ、完成品の他に部分品も含まれる。
- 4) 「工業統計表品目編」によれば、木製家具は「木製机・テーブル・いす」「木製流し台・調理台・ガス台」「たんす」「木製棚・戸棚」「木製音響機器用キャビネット」「木製ベッド」「その他の木製家具（漆塗りを除く）」に区分されている。「木製流し台・調理台・ガス台」「木製音響機器用キャビネット」「木製ベッド」は出荷額が小さいので、図2では省略した。
- 5) 「工業統計表市区町村編」を利用したため、産地の範囲は行政市の範囲とした。なお、松本市は出荷額が小さいが、本稿で研究対象産地としたので図3に加えた。
- 6) 家具新聞社（2006）：「家具年鑑 平成18年版」，p.15
- 7) 協同組合 飛騨木工連合会（2002）：「新・飛騨の匠ものがたり」，p.1，pp.10-12
- 8) 前掲7) のpp.117-119
- 9) 飛騨産業株式会社（1991）：「飛騨産業株式会社七十年史」，pp.6-16
- 10) 前掲9) のp.143
- 11) 図3が4人以上事業所を対象にしていたのに対し、図4は全事業所を対象にしている。また、図3が家具・装備品工業で建具等も含んでいたのに対し、図4は木製家具のみを対象にしている。
- 12) 前掲7) のp.124
- 13) (社)全国家具工業連合会による「人に優しい家具」の指針に沿って、ホルムアルデヒド、トルエン、キシレン、エチルベンゼン、スチレン、フタル酸ジ-n-ブチルの6物質を含まない接着剤や塗料を使用するとともに、合板、繊維板、パーティクルボードについてはJIS、JAS規格のF☆☆☆☆（ホルムアルデヒドの発散速度が0.005mg/m²h以下）該当品を全製品に使用している。
- 14) 例えばA社では、技術を研磨したい社員のために日曜日に工場の施設を開放している。また、B社では社員対象のクラフト展を実施したり、木工技能講習も実施している。他の2社でも熟練の社員による技術指導が行われている。

る。

- 15) 松本市 (1995): 「松本市史 第2巻歴史編 Ⅲ近代」 pp.142-144
- 16) 池田三四郎 (1996): 「新版 松本民芸家具」, 沖積舎, p.117
- 17) 長野県工業技術総合センターの上田友彦氏からのヒヤリングによる。
- 18) 松本木工団地事業協同組合 (2006): 「松本木工団地40年のあゆみ」, pp.26-28
- 19) 1987年に、DIY (do it yourself) の理念に基づき、木工関係の創作工房、研修、情報センター、展示販売等の諸機能を有する施設として建設された。事業主体は松本木工団地事業協同組合である。(前掲18) のpp.82-83)
- 20) 松本木工団地事業協同組合事務所でのヒヤリングによる。
- 21) 長野県上松技術専門校を2007年3月に卒業した30人のうち、6人が自営の道を選んだ(長野県上松技術専門校主任訓練指導専門員の遠藤昌之氏による)。ただ、県内家具工業の生産減少に伴い、木工科を有する技術専門校は減少し、2007年現在上松と伊那の2校だけとなった。松本の技術専門校は1999年に木工科を廃止した。伊那も2010年に廃止予定である。今後とも木工科の設置継続が予定されているのは上松1校のみである。
- 22) 筆者は2007年7月に東京・吉祥寺のデパートで開催された展示会と、同年8月に横浜・たまプラーザのデパートで開催された展示会に参加したが、かなり盛況で、個人の購入客が多く見られた。
- 23) 上野和彦 (2007): 「地場産業産地の革新」, 古今書院, p.83