

機関番号：34403

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：H20～H22

課題番号：20530329

研究課題名（和文）日本の陶磁器産業における市場の多重性と特異性—その経営実態及び産地構造への影響—

研究課題名（英文）The multiples and Uniqueness in the market of Japanese ceramics industry: influence upon the management style and industrial organization

研究代表者

喜田昌樹（KIDA MASAKI）

大阪学院大学・企業情報学部・教授

研究者番号：40278552

## 研究成果の概要（和文）：

本調査では、代表的陶磁器産地を取り上げ、質問票調査等より、その分類軸と市場の多重性を明らかにする。その結果、大量生産体制を中心とする陶業の方向性、美術市場化の影響を受け、芸術志向を中心とする陶芸の方向性の二つの軸によって産地が分類できることが明らかになった。経営学の上ではその方向性に対応するような経営形態及び販路を持っていることも明らかになった。また、陶業と陶芸は相反するものではなく、両立ができることから、陶磁器産業が市場の多重性を持っていることも明らかになった。

## 研究成果の概要（英文）：

In this study, I examine a representative ceramic ware industry region, and through the use of questionnaire surveys, make clear that there is a multiplicity of classification axis and markets. Results of this study made clear that ceramic ware production centers can be classified using two axis: one is the ceramics industry which utilizes the mass production system, and the other is ceramic arts focusing on the art form while being influenced by the art market. The classification axis has an influence upon the corporate governance, management style, and sales channels used by the production centers of Japanese ceramic wares. Furthermore, we found that the ceramics industry and ceramic arts are not in conflict, and the fact that both can be maintained shows that the ceramics industry holds a multiplicity of markets.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
20年度	1,600,000	480,000	2,080,000
21年度	1,000,000	300,000	1,300,000
22年度	900,000	270,000	1,170,000
年度			
年度			
総計	3,500,000	1,050,000	4,550,000

研究分野：経営学

科研費の分科・細目：経営学、経営学

キーワード：経営学、産業集積、伝統産業

## 1. 研究開始当初の背景

現在、日本の陶磁器産業は衰退傾向にある。しかし、日本の陶磁器産業は約1万年もの歴史を持ち、伝統産業の一角を担っており、事業の継承、ビジネスシステムの永続性および技術伝承の点で興味深い対象である。平成16年度より、神戸大学において永続企業のビジネスシステムを研究するために、研究会が立ち上げられ、陶磁器産地（産業）の研究が行われるようになった。平成19年度に神戸大学陶磁器産業経営研究会において質問表調査を実施し、経営実態などを明らかにしてきた。その対象としては、佐賀（有田・伊万里）、岐阜（美濃地域）、京都である。

そこで明らかになってこととしては、①陶磁器業界全体が衰退傾向にある。②取引の慣行＝文化が産地の構造を特徴付ける。③産地によって、「商社」「問屋」の機能・重要性が異なる。④産地によって、取引形態を含めてビジネスシステムが異なる。⑤販路として自家小売、インターネット販売の重要性が高まっている。⑥⑤と関連して窯元に「売る力」「営業力」が求められている。⑦仕事の分業の程度、企業形態が産地によって異なる。⑧よい量産と悪い量産がある。言い換えると、陶磁器業界は量産化という点について問題がある。⑨伝統産業としてのブランド戦略が重要になっている。⑩従業員が高齢化している。⑪窯元の経営状態から技術の伝承の点で問題が出てきている。⑫後継者問題と事業継続の問題が混同している。⑬経営課題として「販路の確保」があがっている。⑭産地によって、陶磁器業界での美術市場化の程度、市場の多重性が異なる。等である。

## 2. 研究の目的

本研究計画では、日本の陶磁器産業の衰退の原因のひとつには、陶磁器産業自体の美術市場化（市場の多重性と特異性）があるという仮説を立て、①山口（萩）、②愛知（瀬戸、常滑）、③岡山（備前）、④滋賀（信楽）、⑤石川（九谷）、⑥長崎（波佐見、三河内）、⑦三重（伊賀、萬古）の産地に質問表調査とインタビュー調査を行う。本研究計画の目的は、これら産地での経営実態、産地構造と陶磁器市場の多重性と特異性の関係を明らかにすることである。特に、産地における美術市場化の程度の違いが、その産地に属する窯元の経営実態の違い、または、産地の構造（分業の程度など）の違いを生み出していることを明らかにすることである。本研究計画で予想される結果については、産地における美術市

場化（市場の多重性及び特異性）の程度の違いが、その産地に属する窯元の経営実態（例えば、企業規模、会社形態、経営課題、販路、商品特性、仕事の分業の程度など）の違い、または、産地の構造（分業の程度など）の違いを生み出している、とすることである。

## 3. 研究の方法

本研究計画では、①山口（萩）、②愛知（瀬戸、常滑）、③岡山（備前）、④滋賀（信楽）、⑤石川（九谷）、⑥長崎（波佐見）、⑦三重（萬古）、愛媛（砥部）の8つの地域に質問表調査およびインタビュー調査を行った。

## 4. 研究成果

①山口（萩）、②愛知（瀬戸、常滑）、③岡山（備前）、④滋賀（信楽）、⑤長崎（波佐見）、⑦三重（萬古）、愛媛（砥部）についてアンケート調査とインタビュー調査の結果を得た。また、佐賀（有田・伊万里）、京都、岐阜（美濃）との結果を統合し、陶磁器産業の経営実態を明らかにできた。また、山田・伊藤（2011）、出口（2011）、山田・伊藤（2008）等で各産地でのビジネスシステムについての論文を報告されている。ただし、すべての地区についての論文報告等ができていないが、関係機関に向けて単純集計結果についての報告は行った。

### 1) 窯の創業年度について。

陶磁器産業は数百年の歴史を持つ伝統産業の一つである。しかし、本調査結果では、1970年代の陶芸ブームの際の創業が最も多いことが明らかになった。ただし、江戸時代以前より継続している窯元が10%近くもあり、陶磁器産業におけるビジネスシステムの永続性を研究する意義があることも明らかになった。この二つから、産地存続においては、新たな創業が起こることが重要であることを示していると考えられる。

### 2) 従業員数について。

各窯元の従業員数であるが、4-10人までの窯元が42%を占め、3人以下が37%であり、以上合わせて79%を占め、そのほとんどが小規模であることが分かった。一方、21人以上の従業員を持つ窯元が存在するのが、信楽、波佐見（各30%程度）であることが分かった。

### 3) 経営形態及び同族経営について。

従業員数に関する調査結果から、個人経営が中心である(57.3%)。その他の経営形態としては、有限会社、株式会社が存在し、生産組織の複層性がみられることが明らかになった。しかも、産地によって有限会社、株式会社等量産体制に直結する経営形態の導入が異なることが明らかになった。例えば、美濃、瀬戸、波佐見、万古、等の産地で、有限会社、株式会社等が多いことが明らかになった。また、個人経営が多いことと企業規模が零細が多いことから、同族経営の比率が高いことも明らかになった。ただし、波佐見、万古においては同族経営の比率が他産地と比較しても低いことが明らかになった。

### 3) 取扱商品について。

取扱商品では、茶道具、茶道具以外の茶器花器、酒器、食器・食卓用品、装飾陶器、壺・火鉢、植木鉢、タイルを取り上げた。その結果、食器(68.5%)、花器(48.1%)、酒器(45.8%)、茶道具(39.2%)の順で多いことが明らかになった。産地ごとでの特徴みると、ほとんどの産地で食器が一番多いことが明らかになった。特徴的であるのは、茶道具の生産についてであり、備前、京都、萩が特に多いことが明らかになった。しかし、主要な商品という質問項目では、茶道具が上がるのが低いことがあり、制作している商品と売れる商品とのギャップが明らかになった。

### 4) 作家物か、量産品か

以上の商品群のうち、作家物か、それとも量産品かという区別は、本研究計画の中心となる陶磁器産業の美術市場化と直接関係する質問項目である。本研究計画で対象となった陶磁器産地での分析結果では、以下の図表のように、量産品を作っている窯元・作家は51.7%、作家物のみを作っているのが29.6%、その両方を作っているのが18.7%となっている。

	合計 (443)
量産品	229 51.7%
一品物(作家物)	131 29.6%
量産品および一品物	83 18.7%

そこで産地ごとでの特徴を見てみると、波佐見、万古、美濃、常滑、瀬戸、信楽等では

ほとんど量産品を作り、萩、備前などは作家物を中心としている。また、作家物の比率が高い産地としては、砥部、京都、有田・伊万里、等も高く、しかも量産品と作家物の両方を制作していることが明らかになった。しかも、量産品及び作家物という質問項目は産地を特徴づけることが明らかである。

### 5) 販路について。

作家ものか、それとも量産品かという区別とともに陶磁器産業の美術市場化に直接関連するのが、販路についての調査である。ここで取り上げた販路としては、自家小売(窯元内ギャラリーの設置)、他の窯元への委託、販売組合、センターへの委託および共販、お土産店などの小売店、産地内および消費地問屋・商社、デパート・大型店、陶器市、個展、通販・ネット、である。対象地区全体の結果は以下のとおりである。

販路	合計 (518)
自家小売	171 3.3%
他の窯元への委託	7 1.4%
センターへの委託、共販	48 9.3%
小売店	131 25.3%
問屋・商社	258 49.8%
デパート・大型店	92 17.8%
陶器市	34 6.6%
個展	130 25.1%
通販・ネット	30 5.8%

この結果より、問屋・商社(49.8%)、小売店(25.3%)、個展(25.1%)となっている。このような調査の結果明らかになったのは、問屋・商社を重視する産地と個展および自家小売を重視する産地で区別できるということである。問屋・商社の力が強い産地としては、波佐見(90.9%)、万古(90.5%)、

美濃(72.4%)、常滑(70.5%)、信楽(63.3%)、京都(56.5%)、有田・伊万里(55.1%)となっている。これらの産地はどちらかという量産品を生産する傾向が強い。一方、備前(55.8%)、萩(39.4%)、砥部(34.9%)、京都(30.4%)、有田・伊万里(26.5%)などの作家・窯元は個展を行っている。また、窯元内ギャラリーの設置を示す自家小売では、備前(79.2%)、有田・伊万里(46.9%)、萩(39.4%)、砥部(39.5%)となっている。これらの産地はどちらかという作家物を生産する傾向が強いのか、それとも量産品と作家物の両方を生産している産地である。このような作家物、量産品と販路との関係については統計的に有意な結果を得ている。

また、インタビュー調査から、美術市場化の程度を示す自家小売と個展の重要性が高まっていることが分かった。

## 6) その他

その他の質問項目としては、経営課題と研究開発の関心の方向などについての調査を行った。経営課題については、すべての産地で「販路の確保(64.9%)」がもっとも多く、技術技能の伝承(21.2%)、技術、技術者の確保(17.4%)、後継者の確保(12.9%)などの順で多いことが明らかになった。研究開発については、デザイン(意匠)と販売流通、釉薬、陶土、焼成技術の順に関心を持っていることが明らかになった。そして、その産地ごとで制作している商品特性ごとでその中心が変わることも明らかになった。色絵磁器を中心とする産地(伊万里・有田、京都の一部)では、釉薬に関心を持つ傾向があり、代表的な焼締陶の産地である備前では、陶土と焼成技術に注目する傾向がある。また、大量生産産地である美濃では生産設備に注目しています。販路の確保を経営課題としているために販売流通に注目する窯元も数多くある。

**7) まとめ：美術市場化と量産化と経営形態**  
作家物、美術市場(陶芸)傾向の強い産地では、同族経営の傾向が強く、経営形態としては、個人経営が多い。主要な販路としては、個展、百貨店、自家小売を用いている。その代表的な産地としては、山口(萩)、岡山(備前)、愛媛(砥部)等が挙げられるが、主要な各産地には著名な作家が存在する。一方、量産品市場(陶業)が強い産地では、同族経営の程度が低く、経営形態としては、株式会社及び有限会社等が採用されている。主要な販路としては、問屋や小売店、販売組合等を用いている。その代表的な産地としては、岐阜(美濃)、愛知(瀬戸・常滑)、三重(万古)、滋賀(信楽)、長崎(波佐見)等が属していると考えられる。また、陶業と陶芸の両

立を図っている産地として、佐賀(有田・伊万里)があげられることが分かった。

## 8) 結論と課題

以上のような陶芸と陶業によって各産地を位置付けると以下の図のようにまとめることができる。

### 陶業と陶芸の区別による産地の位置付け

	陶業	低い	高い
陶芸			
低い		①	③ 瀬戸、美濃、
高い		②萩、京都	④ 佐賀(有田・伊万里)

喜田(2010)では、①のセルにはほとんどの産地が入っていないと考えており、このセルにはいるのであれば、産地存続ができていないことを提示した。このように整理するが、陶芸と陶業の併存の動きは各産地において広がっている。特に、美濃、瀬戸、波佐見、信楽、等の大量生産を中心としてきた産地においても同様の動きがみられる。このように陶業と陶芸による区別が産地における経営実態の違いを生み出したというのが、本研究計画の結論である。ただし、この成果を基礎とした研究論文の作成未完のままであり、これが今後の課題となる。また、以上で取り上げた産地以外にも日本の陶磁器産業には数多くの研究対象となるべき産地がいくつか存在している。例えば、沖縄(壺屋、読谷)、佐賀(唐津)、長崎(三河内)、栃木(益子)、茨城(笠間)、鹿児島(薩摩)、福岡(小石原、上野)、大分(小鹿田)、等である。これらについての調査も今後必要である。

## 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計7件)

喜田昌樹、(研究ノート)日本の陶磁器産業における市場の多重性、文化経済学、査読有、第7巻第2号、2010、53-63

山田幸三・伊藤博之、事業システムの転換と企業家的機能の育成—信楽産地の事例を中心として—、上智大学ディスカッションペーパー、査読無、第10巻第3号、2011、1-27

出口将人、陶磁器産地の形成プロセスと決定要因－岐阜県東濃地域の事例と他産地の比較をつうじて－、名古屋市立大学経済学会ディスカッションペーパーシリーズ、査読無、第534巻、2011、1-17

山田幸三、「磁器のふるさとを支える不文律と人材育成の仕組み」、ビジネス・インサイト、vol.16-No.4, pp.38-41、2009

山田幸三、「Impact of Entrepreneurial Orientation」、Kozo Yamada and Yoshihiro Eshima、Working Paper of Osaka University of Economics, 2009-1, pp.1-19、2009

山田幸三、「Impact of Entrepreneurial Orientation: Longitudinal Analysis of Small Technology Firms in Japan」、Kozo Yamada and Yoshihiro Eshima、The Best Paper Proceedings of the 2009 Academy of Management Annual Meeting, 33, 査読あり、pp.1-6、2009

喜田昌樹、「代表的陶磁器産地での経営実態－単純集計を基礎に」、大阪学院大学企業情報研究、査読なし、第9巻第1号,pp.69-85、2008

山田幸三・伊藤博之、「陶磁器産地の分業構造と競争の不文律－有田焼と京焼の産地比較を中心として－」、組織科学、査読あり、第42巻第2号,pp89-99、2008

〔学会発表〕(計3件)

松本雄一、陶磁器産地における実践共同体と技能の学習についての研究、日本ナレッジマネジメント学会・組織認識論研究部会、2011年2月19日、大阪学院大学

松本雄一、陶磁器産地における作陶技能についての研究、日本ナレッジマネジメント学会・組織認識論研究部会、2009年11月28日、大阪学院大学

松本雄一、陶磁器産地における作陶技能の形成－正統的周辺参加とのかかわりから、経営行動科学学会、2009.04～2010.03、東京工業大学

## 6. 研究組織

(1) 研究代表者

喜田昌樹 (KIDA MASAKI)  
大阪学院大学・企業情報学部・教授  
研究者番号：40278552

(2) 研究分担者

山田幸三 (YAMADA KOUZOU)  
上智大学・経済学部・教授  
研究者番号：4024 0014

伊藤博之 (ITOU HIROYUKI)  
滋賀大学・経済学部・教授  
研究者番号：2024 2969

出口将人 (DEGUCHI MASATO)  
名古屋市立大学・経済学部・准教授  
研究者番号：40305553

松本雄一 (MATUMOTO YUICHI)  
関西学院大学・商学部・教授  
研究者番号：1033 6951