

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 11 日現在

機関番号：14301

研究種目：基盤研究(B)

研究期間：2010～2013

課題番号：22330115

研究課題名(和文) 手作り型産業クラスターの遷移位相

研究課題名(英文) The Transitional Phase of Hand-made Type Industrial Cluster

研究代表者

日置 弘一郎 (Hioki, Koichiro)

京都大学・経営学研究科・教授

研究者番号：70114022

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 13,900,000円、(間接経費) 4,170,000円

研究成果の概要(和文)：景德鎮の現況は活性化しているものの、クラスターとしての機能は低いことが確認された。現在の活況は文革期に多くの磁器製品が壊され、それを再度求めることによって引き起こされたもので、製品としては古典的な作品の写しが大半である。

つまり、クラスター内で製品を作る技能や起業への志向は強いものの、どのような製品を作るべきかを指示するプロデューサーが不在である。現在の状態で需要が飽和すると、作るべき製品についての方向を示すことができなくなる。現在、技能と人件費の安さで海外ブランドのOEMを行うというオファーが多く寄せられ、その意味では中国の他産業と同様の道を歩むものと思われる。

研究成果の概要(英文)：Jingdezhen as industrial cluster is now in boom. But this Booming is caused by mass destruction during the period of Chinese Cultural Revolution. Many people lose their porcelain as interior accessory.

Jingdezhen cluster has skills and entrepreneurship but it lacks producing ability. Producers teach what kind of products can sell. If demand will be saturant, Jingdezhen lost direction what they make. European brand offer O.E.M. production to Jingdezhen maker. In this light, Chinese porcelain industry is same way as other industry in advantage of low employment cost and skills.

研究分野：経営学

科研費の分科・細目：3901

キーワード：産業クラスター プロデューサー O.E.M.

1. 研究開始当初の背景

中国景德鎮の産業クラスターは、これまで計画経済下での大工場に編成されていた体制から中小企業の集積へと変化してきた。大工場では大量生産の日常品だけでなく、高級な製品も作られていたが、基本的には日常的に用いる大量生産が中心の生産であり、イデオロギー的にも人民に奉仕するという要請によって量産品を中心として、高級な製品は技能の保持、あるいは海外との贈答程度にまで縮小していた。

とりわけ、インテリアとして用いられる大きな瓶や壺、陶人形などはほとんど生産されなくなっていた。

その状態が改革開放以降大きく変貌し始め、それとともに生産体制が中小企業への分裂がなされていた。この社会主義体制からの変容は、大企業中心に考えてきた経営学にとって、中小規模の企業の集積を問題とする産業クラスターの理論と対応させたときに非常に興味深い現象であり、さらに、需要構造だけではなく、製品の質がどのように変化するのかについても調査の必要を感じた。

これらの点を調査して確認するとともに、高度な製品を生み出すための体制として、製造ロットの大小と、工場規模の大小がどのように関連するのか、また、その時に、個人が自分の技能を發揮するのにふさわしい体制として個人企業などがより適切であるのかなどが研究関心に加わる。さらに、技能の保持がどのようになされるのか、さらには、ブランドの維持がどのようになされているかなどについての研究が必要であると思われ、助成金の申請を行った。

2. 研究の目的

高度な製品を作るためのものづくりの枠組みを解明し、日本のものづくりクラスターと対比することで高度製品を生み出すプロセスを解明する。また、その議論が先端技術におけるクラスターに一般化可能であるかを解明する。

3. 研究の方法

主として聞き取り調査による。他の方法も考慮したが、景德鎮が遠隔であるばかりではなく、時間的にも制約が多く、計量的手法は困難であった。

また、研究期間中に中国における反日運動が激しくなり、実質的に困難になってきた。今後は計量的方法によって景德鎮における個人レベルの研究を継続することが必要であると思われる。

聞き取りは、景德鎮に全く手がかりがない状態から開始して、最初は景德鎮陶資学院の教員を中心として、新たなデザインの可能性や美術陶芸と実用品の区分などの聞き取りを行った。

次年度は、景德鎮当時各員の日本人客員教員である二十歩文夫氏からの聞き取りを行

い、二十歩氏からの紹介で、多くの関連業者などについての聞き取りを行った。また、北京や上海など都市部での陶磁器商への聞き取りも行った。この間、反日運動で景德鎮でも聞き取りは困難であるという情報によって現地聞き取りを延期するなどの予定外の状況にもなったが、一応かなりの規模の聞き取りは行えた。

4. 研究成果

ものづくりにとって一般的と思われるプロセスを抽出することができた。商品が欠乏している社会におけるもの作りは作る技術・技能があればそれで十分であるが、現在の社会では、作れば売れるわけではなく、売れる商品がどのようなものであるかを好走する能力、つまりプロデュースの能力が不可欠である。そのプロデューサーがもの作りクラスターに存在しているか否かでクラスターの能力は決定的に異なる。

景德鎮はプロデューサーを欠落しているが、それは、文化大革命において旧制度の象徴として壊されたインテリアとしての磁器製品が売れていることによる。大型の壺や陶人形などは、豊かになってきた社会の各層において爆発的に売れ始めている。さらに、さまざまなレベルで接待用の贈答品として用いられていることがこれを増幅している。

このためにプロデューサーが不在であっても当面は繁栄しているが、いったん製品が飽和するときわめて危うい状態になっているといえる。

このようなプロデューサーの存在は、日本における陶磁器産地においても同様であり、能力のあるプロデューサーを持っている産地は活性化しており、逆にプロデューサーとして機能することが要請される産地問屋の能力が低い産地では産地全体に沈下している。

また、このプロデュース能力は先端産業でもほとんど同様で、技術・技能だけではヒット商品は生まれにくいという状況になっている。例えば、スティーヴン・ジョブズは技術者として評価すべきではない。i-パッドにしても、i-フォーンにしても技術的にはこれまでの製品から大きく高度化した商品ではない。しかし、製品の使用感や持っている機能など製品としての魅力を發揮するものである。その意味では、ジョブズという人をプロデューサーとして評価することが必要となる。現在の日本の産業において必要な能力はプロデュース能力であると考えてよい。

さらに景德鎮の問題点は、製品の評価者を育てていない点にある。現在のようないわば官官接待の手段としての高級な製品は効果であることが必要であるだけで、製品としての良さの基準がわからないまま取引されているといつてよい。

接待の場合には、いかにその製品が効果で

あるかの表示があれば、必ずしも美的によいという必要はない。実際に、景德鎮で現在高級とされている製品を見ると、とにかく見て違いがわかるということが条件になっていると言ってよい。とにかく大きいことは条件を満たす。あるいは細かに描かれている、非常に派手であるといったものが相当数を占めている。

この点では、日本の陶磁器は日常の器としての性格を保持しており、食器として使うことができないような製品は好まれない。陶磁器が食器を離れて、単なるオブジェになっているという傾向は景德鎮では明確である。

さらにこのことから、磁器製品を購入する人間も、それを実際に用いる人間もともに製品としての評価基準が十分にできているわけではない。むしろ、効果であることが必要で、価格が評価基準となっているといってもよい。購入者は自分で用いるわけではないために、作品の評価を真剣に行うことはない。また、作品をもらう人間も十分に製品を吟味して選択するわけではないために、非常に雑な評価しか行わない。

このために、現在の景德鎮で非常に優良な作品であるとする認定の体形が崩れて、価格だけが評価の基準になる。さらに価格体系がどのようにして決定されるかについては、流通の力が余り強くない。作者が流通に対して価格を提示し、その価格で流通業者が買うということが価格形成になっている。

さらに、その価格で参照されるのは、作者が美術展などで賞を取ったという評価と、いくらで売れたという噂が価格形成の実態であるといえる。いつの間にか価格が決まっているという形態をとるので、賞を取った人間と同格であると思われるならば、その価格が参照価格となり、いつの間にか価格形成されているという状況である。市場における価格形成といった状態ではなく、仲間内での評価が中心で、しかも、官官接待での贈答が中心であると、流通業者間の取引もほとんどなく、産地に行って作家から直接に仕入れた方が、利幅が大きいために、市場形成を行うということもない。

実は日本でもさして明確なマーケットによる価格形成がなされているとはいえない。日本の場合には陶磁器商の間での取引があり、それが相場を決めているという要素はあるが、基本的には作家が個展を開くときの価格形成は作家自身が行う。

このために、作家によっては法外な値段をつけることも可能である。百貨店などでの個展での価格は作家の価格に任せて、百貨店側からは何も指示しないことが普通である。

百貨店は売り上げがあれば売り上げから一定の歩合(10%程度)をとることになり、法外な値段がつけられていても、一定の売り上げがあれば、それに関与する必要はないと考えているらしい。

実際に、法外な値段は、業者間の取引価格

によってある程度は規制される。国宝よりも高い値段をつけることは可能であっても、さすがにそのような作家はいないということになる。

過剰に高い値段がついているケースも具体的に聞くことができたが、職業として陶磁器を作るということをしていない人間であれば、法外な値段をつけて、それが通る状態になっていることも事実である。

日本の場合には、このような存在は尊敬されることなく、密かに笑いものになるだけであるが、中国では参照価格がないだけに、価格は次第に上昇する傾向にある。バブル状態になったときに、どのようにクラスター内の生産を維持していけるかについては予測できない。

技能の継承についても、現在いくつかの技能修得のキャリアパスが存在するが、今後を考えると、どのような方策が有効であるかについてクラスターとしても転機にあるように思われる。

現在の主たるキャリアとしては、景德鎮陶磁学院の学生を経て独立するというものがあるが、陶磁学院ではすべての校訂を習うのに対して、工房では特定の業務(主として器胎形成と絵付け)のみが教えられる。実は工房ですべての業務を教えないのは、独立して自分の工房を持たせないためであるとする議論も聞いた。現在の景德鎮では自分の窯を持たなければ自立して作品を作ることができず、器胎を作り、絵付けをして、さらに釉薬を施し、窯で焼くというプロセスを一人で着るようになるると簡単に独立してしまう。零細規模で職人を雇うことができない条件では、工程のすべてを自分で行わなければならない、その知識を与えないようにしている訳である。

実際、景德鎮の町中に電気窯の専門店街が存在する。小型冷蔵庫程度の電気窯が売られている。この規模で独立する訳である。陶磁学院の卒業生であれば独立できるが、現在、それほど需要が残っているのかという点についてはかなり疑問である。クラスターの継続という点でも、技能の保持はできるとしても、果たして革新をもたらすような飛躍が可能であるかは疑わしい。

中国での食文化において、器はさほどの種類を必要としない。このことは、家庭でも外食でも器にさほど力を注がないということの意味する。和食に関しては、実に多様な器を必要とし、特に外食では膨大な量の器を持つ必要がある。その意味では、日本と中国ではかなり条件が異なる。

さらに、日本では陶器が器として好まれる。世界のほとんどの国で、陶磁器の中で時期が高級品であり、陶器は評価されないことが普通である。しかし、日本では磁器よりも高価な陶器は少なくない。日本の美意識における茶道の影響であると言ってよいが、この点もどのような製品を作るべきかについてのヒ

ントを必要とする。

現在の技術的条件であれば、ゆがみのない絵付けが左右対称で、細かな絵付けであることを良品の条件とする景德鎮の青花(染め付け)のタイプの磁器は容易に3Dプリンターなどによって模造品が作れる。釉薬で村ができ、窯変による不均等さを問題とする陶器では簡単に模造できない。

そのレベルまで考えるならば、景德鎮クラスタは何らかの意味での改変を必要としている。

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)

[図書](計 件)

出版を計画して、出版社と交渉し出版の方向で内容を詰めている。

6. 研究組織

(1)研究代表者

日置 弘一郎 (hioki koichiro)

京都大学大学院経済学研究科教授

研究者番号：70114022

(2)研究分担者

波積 真理 (hadumi mari)

熊本学園大学商学部教授

研究者番号：80271443

大木 裕子 (ohki yuuko)

京都産業大学経営学部教授

研究者番号：80350685

王 英燕 (oh eien)

広島市立大学国際学部准教授

研究者番号：10456759

関 千里 (seki chisato)

愛知学院大学商学部准教授

研究者番号：70434256