

平成 26 年 6 月 9 日現在

機関番号：34403

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2013

課題番号：23530454

研究課題名(和文)陶磁器産地の構造転換－陶磁器市場の多重性と特異性を中心に－

研究課題名(英文) Structural transformation of ceramics production center multiples and spacity in the market

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

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,900,000円、(間接経費) 1,170,000円

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中心に産地の構造転換が起こっていると結論付けた。

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.

研究分野：経営学

科研費の分科・細目：経営管理

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、陶磁器業界全体が衰退傾向にある。取引の慣行=文化が産地の構造を特徴付ける。産地によって、「商社」「問屋」の機能・重要性が異なる。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。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。と関連して窯元に「売る力」「営業力」が求められている。仕事の分業の程度、企業形態が産地によって異なる。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。伝統産業としてのブランド戦略が重要になっている。従業員が高齢化している。

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。後継者問題と事業継続の問題が混同している。経営課題として「販路の確保」があがっている。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、山口(萩)、愛知(瀬戸、常滑)、岡山(備前)、滋賀(信楽)、石川(九谷)、長崎(波佐見、三河内)、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、岐阜(美濃)、愛知(瀬戸)、愛知(常滑)、三重(伊賀)、三重(萬古)、石川(九谷)、滋賀(信楽)、京都、岡山(備前)、愛媛(砥部)、山口(萩)、佐賀(有田・伊万里)、佐賀(唐津)、佐賀(武雄)、長崎(波佐見)、長崎(三河内)、沖縄(壺屋)の地域に質問表調査およびインタビュー調査を行うことにする。

4. 研究成果

岐阜(美濃)、愛知(瀬戸)、愛知(常滑)、三重(伊賀)、三重(萬古)、石川(九谷)、滋賀(信楽)、京都、岡山(備前)、愛媛(砥部)、山口(萩)、佐賀(有田・伊万里)、佐賀(唐津)、佐賀(武雄)、長崎(波佐見)、長崎(三河内)、沖縄(壺屋)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、山田(2013)及び山田・伊藤(2013)では、信楽地区での構造転換を明らかにしている。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研究成果と美術市場化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、関係機関に向けての調査報告は行っている。質問票調査及びインタビュー調査の結果は喜田(2013)で発表した。喜田(2013)では次の点について発表した。

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、3人以下および4 - 10人までの窯元が80%を占め、3人以下が37%であり、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、伊賀、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(61.0%)。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。美濃、瀬戸、波佐見、万古、三河内等の産地で、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。

4) 取扱商品について。

すべての地域においては、最も生産している商品としては、食器であり、花器、酒器の順であることが分かる。また、茶陶産地である萩、唐津、武雄、伊賀については茶道具を中心にしていることはもちろんである。装飾陶器が多いのは有田、九谷の色絵産地であり、大きめの壺などがこれにあたる。以上で述べた特徴と少し異なるのが常滑であり、花器が一番多いという特徴を持っている。なお、タイル以外すべての製品群と地域との関係についても統計的に有意な結果を得ている

5) 作家物か、量産品か

産地と作家物、量産品の違い

	有田(46)	京御(44)	美濃(70)	萩(19)	瀬戸(48)	信楽(43)	磁部(35)	波佐見(10)	常滑(39)
量産品	23 50.0%	20 45.5%	54 77.1%	2 10.5%	34 70.8%	24 55.8%	9 25.7%	9 90.0%	29 74.4%
一品物(作家物)	19 41.3%	15 34.1%	6 8.6%	12 63.2%	7 14.6%	10 23.3%	16 45.7%	0 0.0%	3 7.7%
両方	4 8.7%	9 20.5%	10 14.3%	5 26.3%	7 14.6%	9 20.9%	10 28.6%	1 10.0%	7 17.9%
	備前(68)	萬古(21)	武雄(8)	唐津(6)	三河内(16)	豊原(7)	伊賀(12)	九谷(55)	合計(547)
量産品	8 11.8%	17 81.0%	2 25.0%	0 0.0%	5 31.3%	4 57.1%	1 8.3%	10 18.2%	251 45.9%
一品物(作家物)	42 61.8%	1 4.8%	5 62.5%	4 66.7%	2 12.5%	0 0.0%	5 41.7%	22 40.0%	169 30.9%
両方	18 26.5%	3 14.3%	1 12.5%	2 33.3%	9 56.3%	3 42.9%	6 50.0%	23 41.8%	127 23.2%

図によって、量産品(大量生産)か、それとも意匠を中心とし、美術的価値を前面に押し出す作家物か、による区別が明らかになる。その結果、量産品を中心とするのが、美濃、瀬戸、信楽、波佐見、常滑、万古、壺屋であ

り、一方、作家物を中心とするのが、萩、戸部、備前、武雄、唐津である。両方生産しているのが、三河内、壺屋、伊賀、九谷であることが分かった。なお、京都は作家物のほうが多いが量産品も作っている現状が明らかになった。この区別で、量産品と作家物のバランスを見てみると、有田地区(有田・伊万里)はバランスが良いことが分かる。このように見てみると、各産地での美術市場化が進んでいることが明らかである。そこで、地域による量産品もしくは作家物という分類を示すことにしよう。その目的は、喜田(2010)での分類枠組みの一般化である。そのために、クロス集計を行い、二乗検定を行い、統計的に有意な結果を得ている。

6) 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。

	合計 (627)
自家小売	224 35.7%
他の窯元への委託	9 1.4%
センターへの委託、共販	78 12.4%
小売店	172 27.4%
問屋・商社	308 49.1%
デパート・大型店	123 19.6%
陶器市	58 9.3%
個展	170 27.1%
通販・ネット	50 8.0%

この結果より、問屋・商社(49.1%)、自家小売(35.7%)、小売店(27.4%)、個展(27.1%)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%)、三河内(52.9%)となっている。これらの産地はどちらかというとき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%)、唐津(45.5%)、伊賀(50.0%)、九谷(38.9%)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%)、武雄(62.5%)、唐津(81.8%)、壺屋(42.9%)、伊賀(58.3%)、三河内(52.9%)となっている。これらの産地はどちらかというとき作家物を生産する傾向が強いが、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。なお、販路で興味深い点としては九谷においてネット販売が普及していることが明らかになった(27.8%)。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。

7) 結論

近代化の方向と各代表的産地

大量生産化 (陶業) 美術市場化 (陶芸)	低い	高い
低い		瀬戸、美濃、 波佐見、信楽、 常滑、万古、
高い	萩、京都、 唐津、備前、 武雄、砥部、 伊賀	有田・伊万 里 壺屋(作家も のとともに) 九谷 三河内

本稿では、このセルにはほとんどの産地が入っていないと考えている。つまり、このセルにはいるのであれば、産地存続ができていないと考えられる。

図から、瀬戸、岐阜、波佐見、信楽、常滑、万古は、大量生産体制の確立という近代化を中心とし、山口、京都、唐津、備前、武雄、砥部、伊賀は、近代的陶芸家の出現と増加という美術市場化という近代化を中心としている。その上で、佐賀、九谷は両方の近代化に対応しているということが分かる。この点は、鈴田(2002)においても示唆されている。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。この点は本稿での調査でもそれに対応している産地がみられることでも支持される。それにあたる産地は大きく二つの流れがある。一つは、作家ものを中心としていた京都、萩、砥部、備前、唐津などの産地で量産品を制作する場合であり、もう一つは量産品を中心としてきた、九谷、三河内でも作家ものと併存して制作していることである。この方向は美濃、瀬戸、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とを示唆しておくことにしよう。

このように、近代化の方向と、現在生産している商品、市場の多重性と関係している。そして、近代化の方向の違いが、産地における経営実態の違いを生み出したというのが、本稿の結論である。

また、本調査を行っているここ数年においてかなり大きなマーケットシェアの変動(構造転換)があった。石川(九谷)は和食器9位、洋食器2位ある。また、三重(伊賀)は万古を含めて台所用品1位、洋食器4位ある。長崎(三河内)は波佐見を含めて和食器3位である。佐賀(唐津)は磁器産地を含めて、和食器2位、洋食器では2000年度5位から3位に上昇しており、しかも、置物については、愛知を抜いて1位になっている。最後に各分類で上位になってきている産地として、沖繩(壺屋、読谷)がある。沖繩は和食器13位、洋食器11位、台所用品6位、置物5位に上昇している。和食器及び洋食器については2000年度においては全く入っていないところからの急上昇している。その他、佐賀においては、洋食器で3位に入るなどの躍進が起こっており、産地で生産している品目に変化している。このように陶磁器産業において生産している品目の中心が移っていくなどの構造転換がみられるのである。そして、これ

らすべての産地に共通するのが、美術市場化に対応している産地として位置づけられていることである。それ故、本研究では、陶磁器産地の構造転換は美術市場化に対応することであると結論付けることにしよう。

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3件)

喜田昌樹(2013)「日本の陶磁器産業における市場の多重性と美術市場化」『大阪学院大学企業情報研究』第13巻第2号25-55

山田幸三・伊藤博之(2013)「陶磁器産業の分業構造と企業家活動 信楽焼産地の事例を中心として」『組織科学』46巻3号、4-15頁。

松本雄一「実践共同体の形成と技能の学習 - 陶磁器産地における2事例をてがかりに - 」関西学院大学商学部ワーキング・ペーパーシリーズ 2013-2

〔学会発表〕(計1件)

松本雄一「実践共同体の概念的検討」経営行動科学学会第16回年次大会 於名古屋大学 2013年10月26日

〔図書〕(計1件)

山田幸三「伝統産地の経営学 陶磁器産地の協働の仕組みと企業活動」有斐閣
〔産業財産権〕

6. 研究組織

(1)研究代表者

喜田昌樹()

研究者番号:

(2)研究分担者

山田幸三()

研究者番号: 4024 0014

伊藤博之

研究者番号: 2024 2969

出口将人

研究者番号: 40305553

松本雄一

研究者番号: 1033 6951