

研究ノート

南部鉄器の事業システムに関する一考察

谷口 佳菜子*, 小島 大輔, 城前 奈美
原 哲弘

(長崎国際大学 人間社会学部 国際観光学科、*連絡対応著者)

A Study on the Business System of the Nambu Cast Ironware

Kanako TANIGUCHI*, Daisuke KOJIMA, Nami JOMAE
and Tetsuhiro HARA(Dept. of International Tourism, Faculty of Human and Social Studies,
Nagasaki International University, *Corresponding author)

Abstract

This study investigates the business system of the industry of the Nambu cast ironware, which is the one of the popular traditional industries in Japan. We focus on the formation of the industry, skill acquisition and development of human resources, competitive behavior and control of the competition of the industry. We conducted an interview with an owner of the company producing Nambu cast ironware and the Nambu Tekki Kyodo Kumiai (Nambu Tekki Association).

The results of this research are below. The Nambu cast ironware in Morioka had developed under the protection of the Nambu Morioka Domain. The skill acquisition as craftwork also has been developed mainly by on-the-job training. The industry in Morioka has cooperative relationships and they understand each other's strengths. Therefore, they focus on developing their strengths and avoid invading other companies' territory. So, there is an unwritten rule of their competition in the choice of their sales channel.

Key words

business system, traditional industry, Nambu cast ironware

要 旨

本稿は、伝統産業の一つである南部鉄器の盛岡産地を分析対象とし、産地の形成、技能の継承と人材育成、競争行動と競争の制御から、南部鉄器の伝統的事業システムを明らかにすることを目的とする。そのため、盛岡産地の南部鉄器の製造業者および南部鉄器協同組合に聞き取り調査を行った。

調査の結果、以下のことが明らかになった。盛岡産地は、南部盛岡藩の保護を受けて発展してきた。現在、伝統的な南部鉄器の生産の技能は、OJTにより継承されている。盛岡産地では職人や企業が協力し合う関係にあり、お互いの強みをよく知ることができる。そのため、各社が棲み分けを行っており、販路の選択において競争を制御する不文律が存在していることがわかった。

キーワード

事業システム、伝統産業、南部鉄器

1. はじめに

岩手県盛岡市および奥州市水沢区(旧水沢市)は、南部鉄器の産地として知られている。特に

南部鉄瓶は人体に必要な鉄分を容易に摂取できるとして、全国的な知名度を持つ。また、現地を訪れる観光客は南部鉄器への関心は高く、近

年では岩手県を訪れた中国人観光客が多くの鉄瓶を購入していることなどが注目されている¹⁾。さらに、盛岡市には他の工芸品とともに南部鉄器の製造工程がみられる盛岡手づくり村などがある。盛岡手づくり村では職人のわざや作業の様子を知るだけでなく、手づくり体験ができるようになっており、地域産業の振興と発展および観光振興につながられている²⁾。

このような岩手県の特産品である南部鉄器は、盛岡と水沢の2つの産地で発展してきた。盛岡産地では南部盛岡藩の保護を受けて、茶の湯釜や鉄瓶といった工芸品の生産が盛んとなる一方で、水沢産地は工芸品の生産から機械鋳物の生産へと主力製品の転換が進んだという特徴を持つ。そのため、本稿では南部鉄器の盛岡・水沢の両産地がどのように発展したかについて概観するとともに、盛岡産地に注目して同産地の南部鉄器の事業システムを考察したい。

地域産業や産業集積に関しては多くの先行研究がある。例えば、産業集積について、Marshall (1920) が産業立地という点からその発生要因や経済的効果を述べており、Porter (1990) は、関連した産業集団をクラスターと呼んで、国の競争力における成功が相互に連結した産業のクラスターで起こること、産業クラスターは、地理的に集中していることが多いことを示した。

また、Piore and Sable (1984) は、大量生産体制産業の衰退に対し、柔軟な専門化体制の可能性を指摘し、産業集積の中でもハイテク産業について注目した Saxenian (1994) は、シリコンバレーとボストン・ルート128を比較することで、シリコンバレーの密なネットワークの特徴を明らかにして地域ネットワークが集合的な技術的進歩を進めることを示した。

こうした従来の地域産業や産業集積に関する研究に対し、加護野 (2007) は、地域産業の事業システムを取り上げ、地域の文化と結びついた独特の制度や慣行に注目した。長期に渡って継続してきた日本の地域産業の事業システムについての研究に、京都花街 (西尾, 2007) や陶

磁器 (柴田, 2008; 山田, 2013)、神戸洋菓子 (森元, 2009)、刃物 (谷口・上野・北居, 2012) などがある。これらの研究は、各地域産業における取引制度やルール、競争行動、人材育成などの特徴を明らかにしてきた。

そこで、本稿ではこれらの先行研究を踏まえ、産業集積の一つである盛岡産地の南部鉄器の事業システムに注目し、次の点について考察する。伝統産業である南部鉄器の事業システムがどのような特徴を持つのか。どのように技術・技能が継承され、人材育成が行われているのか。競争行動や競争の制御がどうなっているのか。これらの点を明らかにするために、文献調査を行うとともに、2013年9月に盛岡産地の製造業者1社と南部鉄器協同組合にインタビュー調査を行った。

2. 南部鉄器の特徴

南部鉄器とは、盛岡産地および水沢産地で生産された鋳物を指す。「南部鉄器」の商標登録は、岩手県南部鉄器協同組合連合会によって申請され、1963 (昭和38) 年に認可されたものである。また、南部鉄器は、1975 (昭和50) 年に経済産業大臣によって指定された伝統的工芸品でもある。茶の湯釜といった専門品から、鍋や鉄瓶といった日用品、風鈴や置物など生産されるものはさまざまである。

現在、南部鉄器には伝統的な方法で生産されているものと大量生産されるものがあり、その生産方法は大きく分けると2種類ある。伝統的な生産方法とは、焼型鋳造法 (以下、焼型とす) と呼ばれるものである。もう一つは、大量生産が可能となる生型鋳造法 (以下、生型とす) である。

従来の鋳物の生産には焼型が一般的であったが、日用品などの鋳物の需要が増えると生型が普及するようになった。しかし、盛岡産地では茶の湯釜や鉄瓶を生産する製造業者が多かったため、質や名声の低下を危惧し、生型の導入への反対が強かった (小林 [2004a: 67-68])。1931

(昭和6)年には生型紛争と呼ばれるほどの事態になっている。その後、第2次世界大戦の影響で、釜や鉄瓶などの生産は禁止され、戦時下には、盛岡・水沢両産地は、軍需製品の製造を行うことになった。戦後になると、反対されていた生型も取り入れられるようになり、さらに、手込造型から機械造型、自動造型が加わると、量産化も進められるようになった(掘 [2000: 25])。

3. 南部鉄器産地の形成

ここでは、南部鉄器として知られる盛岡産地と水沢産地の概況と産地形成の歴史をみていきたい。

盛岡・水沢の両産地では、それぞれ盛岡産地には南部鉄器協同組合が、水沢産地には水沢鋳物工業協同組合が設立されてきた。1959(昭和34)年には、両産地の組合を統合する岩手県南部鉄器協同組合連合会が設立した。

現在の盛岡・水沢両産地の概況は表1の通りである。盛岡産地では、ほとんどの企業が工芸品の生産を行っており、製品種類も工芸品が主である。一方、水沢産地は、工芸品を生産する企業数は、全体の約2割程度にとどまるが、年間売上は盛岡産地を上回っている。このような産地の特徴はどのように生まれたのであろうか。次に、各産地がどのように形成され、発展してきたかについてみていこう。

(1) 盛岡産地

盛岡産地においては、南部盛岡藩に召し抱えられた御釜師と御鋳物師を中心に産地が形成された。鋳物師であった有坂茂右衛門吉家(7代)が甲斐国へ下向して南部氏に仕え、その後南部氏が陸奥国に下向するのに随行したといわれている。有坂氏が1609(慶長14)年から1611(慶長16)年にかけて中津川の橋の擬宝珠を鋳造したという³⁾。1641(寛永18)年になると、鈴木越前守縫殿家綱が甲斐国から南部盛岡藩の鋳物師として召し抱えられた。

南部盛岡藩の歴代藩主は茶道を嗜んでおり、2代重直の頃から藩内では茶道文化が振興されていた。そこで、茶の湯釜作りのために、1659(万治2)年に、京都から釜師の小泉五郎七清行が南部盛岡藩に召し抱えられた。南部盛岡藩の8代藩主利雄は、特に茶道の振興に熱心で、城内に鋳物場を設けるほどであったという。利雄の治世(1752(宝暦2)~1779(安永8)年)の頃になると、煎茶法が普及し始め、土瓶がよく使用されるようになった。そこで、御釜師だった3代小泉仁左衛門清尊が茶の湯釜を改良し、注ぎ口と鉋を加えた鉄製の製品(当時は鉄葉鐘と称された)を作り出した。これが現在の鉄瓶の始まりである。こうして盛岡産地では茶の湯釜という専門品に鉄瓶という日用品が加わるのである。

時代が前後するが、1709(宝永6)年には、藤田善助鐘美が南部盛岡藩に召し抱えられてお

表1 南部鉄器産地の概況(平成23年4月1日~平成24年3月31日)

産地	盛岡	水沢
組合名	南部鉄器協同組合	水沢鋳物工業協同組合
企業数(工芸品生産)	15社*(14社)	54社(12社)
従業員数(工芸品生産)	162名(32名)	540名(20名)
年間売上金額(工芸品生産)	約14億円(約1億4千万円)	約78億円(約2億5千万円)
製品種類(工芸品:産業機械部品)	8:2	3.3:6.7

資料:南部鉄器協同組合における聞き取り調査により作成
注:※は2013年9月10日現在、1社の廃業により14社に減じ、工芸品生産の企業数もそれにともない13社となっている。

り、鍋善とも呼ばれた藤田氏は鍋釜を多く作った。

1877（明治10）年に第1回内国勸業博覧会が開催されたときには南部鉄瓶が出品され、この頃から、南部鉄瓶の名が日本全国に認知されるようになった⁴⁾。南部鉄器が評価されるようになると、盛岡では南部鉄瓶研究会などの研究会が開設されるようになった。これを受けて、水沢産地でも1912（大正元）年に金工会という研究会が発足しており、南部鉄瓶伝習生として1923（大正12）年から1928（昭和3）年頃までに計6名が小泉仁左衛門工場へ派遣されている（小林 [2004a : 243]）。1914（大正3）年には、南部鑄金研究所が創設され、東京美術学校（現・東京芸術大学）で蝋型を学んだ松橋宗明が初代所長となって南部鉄瓶の改良やデザイン、着色の技法などが伝えられた。

その後、日中戦争、太平洋戦争の影響により、南部鉄器の製造業者は工芸品の生産ができなくなり、南部鉄器生産を行っていた製造業者は軍需品生産への転換を迫られた。南部鉄器の工芸品における技術・技能の存続の危機が出てきたのである。そこで、16名の工人のみ1人年間で20個以内という条件のもと、鉄瓶の生産が許可された。戦後になると、鉄瓶以外の工芸品の製作や量産も行わるようになり、製造業者の減少をみながらも盛岡産地における南部鉄器の技術・技能は継承されることになった。

(2) 水沢産地

水沢産地は、現在、鍋などの日用品や風鈴などの工芸品に加え、機械鑄物の生産が盛んな土地である。水沢鑄物は、1887（明治20）年以前は「田茂山鑄物」と称され、1954（昭和29）年に水沢市ができるまでは「羽田鑄物」と呼ばれた⁵⁾。田茂山も羽田も当時、鑄物生産の中心となった地名に由来している。

水沢鑄物は、平安末期に藤原清衡が近江国から鑄物師を招いて鍋や釜を鑄造させていたことに始まるといわれている。永和年間（1375～1379

年）になって、京都聖護院の鑄物師であった長田正頼が奥州に下向し、江刺郡羽黒堂岩脇の千葉家を継ぎ、葛西氏に鑄物師として召し抱えられた。

葛西氏から伊達氏へと統治者が代わり、1645（正保2）年になると、及川掃部頼重なる人物が江刺郡田茂山に移住してきた。その頼重の次男であった喜右衛門が1683（天和3）年に千葉家に入門して鑄物師となり、鑄物業の発展に寄与したという。そして、田茂山の鑄物師は、歴代の伊達仙台藩主の庇護の下、日用品や軍需品の生産を行っていくことになる。

水沢鑄物は、明治中期には日用品鑄物として有名になるが、アルミニウム製品という代替製品の出現と戦争による鉄瓶製造禁止の影響を受けることになった。水沢鑄物の工場は、軍需製品の下請け工場となった。戦時下には、盛岡産地と同様に伝統工芸技術の保存が求められ、1942（昭和17）年に羽田の鑄物師6名の鉄瓶製作が認められた。

水沢産地では、第2次世界大戦後、軍需鑄物を製造した工場が機械鑄物へ転換したことから、表1にあるように、企業数や従業員数、年間売上額等をみると盛岡産地を上回っている。これは、もともと日用品や軍需品を生産していたことから量産することへの抵抗がなかったこと、疎開工場となっていた中島飛行機の従業員によって機械工業生産への進出がみられたこと（小林 [2004b : 29]）、中国製の工芸品の出現によって製品転換が必要に迫られたこと（山本 [2006 : 9]）などが挙げられる。工芸品の生産から機械鑄物の生産というダイナミックな転換が行われたことが水沢産地の特徴といえる。

4. 盛岡産地における南部鉄器の事業システム

(1) 技能の継承と人材育成

工芸品として生産される南部鉄器では、OJTによる徒弟制的訓練が行われている。修行しながら仕事を行う職人の中には独立する者や業界内で転職する者もいる。南部鉄器の業界では、

他の伝統産業と同様に、高齢化や後継者不足といった問題があるためか、技能を継承しようとする者であれば、独立や業界内の転職は寛容に受け入れられているようだ。

職人は、時間をかけ、多くの作業内容を少しずつ自分なりの感覚で覚えていく。職人は、すべての工程を一人でできるようになって一人前と考えられているため、一人前になるには約10年はかかるといわれている。職人がすべての工程を一人でできるようにしているのには理由がある。調査協力企業によると、「特注品の注文があった際に、応じられるだけの技術を維持するため」であるという。特注品の注文は多くはないが、それに応じるには、茶の湯釜や鉄瓶の生産工程において技術・技能を維持していくことが不可欠なのである。また、顧客から湯釜や鉄瓶以外の品を受注し、試行錯誤しながら注文品を完成させていくことで、技術・技能を維持し発展させること、さらには革新につながるということが考えられる。

南部鉄器を生産する職人の技能の結晶の一つに「型」がある。型とは、鑄型をつくるために使用される製品の断面の形をしたものである。型は「木型」とも呼ばれるが、現在、木型自体は木製ではなく鉄製のものを使用することが多い。南部鉄器を生産してきた老舗には代々受け継がれる型がある。特に、これまでに優品となったり人気が出たりした型は、それらをそのまま活用することもできる上に、それらをアレンジして再利用することができるため、重要な資産となる。しかし、盛岡産地では、現在までにそのような重要な型を有する有坂家や藤田家に加え、多くの製造業者が廃業してきた。そのため、これらの製造業者が受け継いできた型は、親戚関係や師弟関係、取引関係にある他の製造業者が、またあるときには組合を通じて組合加盟企業が受け継いでいる。

盛岡産地では製造業者が協力し合う関係が築かれている。例えば、長年、南部鉄器の仕事に従事してきた職人がいくつかの工房などに指導

にいくことがあったり、自社の工場で仕上げに使用する漆や染料などの材料が不足した場合、他社の職人に借りにいくといったことが行われることがある。他に、南部鉄器の生産工程には「鑄込み」という、鑄型に熱した鉄を流し込む作業があるが、この作業は小規模な製造業者は頻繁に行うものではない。そのため、他社が溶解を行う際に、型を持ち込んで鑄込みをさせてもらう製造業者もある。さらに、盛岡産地では職人同士での情報ネットワークとして、組合の集まりや伝統工芸士会の集まり、45歳未満の青年会の集まりなどがあり、そのような場で技術や売れ筋商品に関する情報交換が行われている。

(2) 競争行動と競争の制御

盛岡産地の各製造業者は独自に販路を持っている。直営の小売店を構えている製造業者は自社で生産した製品以外の製品も扱っていることがある。例えば、茶の湯釜や鉄瓶といったものが自社の主力製品であれば、鍋や風鈴、小物などは下請けの製造業者から仕入れている。鍋や風鈴は、水沢産地の製造業者に依頼することが多いようである。これらの下請けについては、他社と重複することもあるようだ。

製造業者は、直営店に加え、卸売業者や百貨店、小売店など複数の販路を持っていることが多い。各社が独自に開拓した販路は、各製造業者間で重ならないようにされている。例えば、自社に新規の卸売業者から注文があった場合、その卸売業者が他社と取引関係にあったとすれば事前にその企業の許可を得なければ取引を行わないという。これは各社が意識的に行っている取引上の暗黙のルールである。盛岡産地では販路を他社と重複しないようにする⁶⁾ という競争を制御する不文律（書かれざるルール）が存在しているのである。こうした不文律が存在するのは、調査協力企業によると、「業界が狭いので、お互いのことをよく知っている。お客の数も少ないので、他人の得意分野は荒らさない」ようにしているからだという。企業同士がお互

いの強みをよく把握して棲み分けを行うことで過剰な競争を避けていることがわかる。

近年、開拓の余地があると考えられている海外市場については、ヨーロッパや北米、中国へ輸出している製造業者がある。盛岡・水沢両産地の大規模な企業を中心に、伝統的な黒や茶といった色以外にカラフルな鉄瓶を導入したり、海外で見本市に出品して現地の情報を得るなど積極的に海外市場を開拓している⁷⁾。

5. おわりに

本稿では、南部鉄器の産地である盛岡産地と水沢産地の産地形成の特徴について概観し、それから盛岡産地を中心として、南部鉄器の事業システムについて考察してきた。

盛岡産地では、南部盛岡藩により召し抱えられた御釜師の小泉家、御鋳物師の有坂家、鈴木家、藤田家の4家を中心に、南部鉄器の生産が盛んに行われた。また、御釜師であった3代小泉仁左衛門清尊が鉄瓶のもととなる製品を開発し、それが現在に至るまで残る主要な製品となった。

南部鉄器の生産では、OJTによって技術・技能が伝えられているが、職人の技術・技能の維持・発展は、特注品を受注することでも培われており、これは顧客が職人を育てているともいえる。

盛岡産地では製造業者がお互いに協力し合うような関係があり、お互いの強みをよく知ることができる。そのため、各社が棲み分けを行い、販路の重複を避けるという不文律が存在している。このような不文律が過剰な競争を制御し、現在の盛岡産地の衰退を防ぐ機能を果たしていると考えられる。

最後になるが、本研究の分析は、盛岡産地のごく少数のインタビューに基づいたものである。今後はインタビューの数を増やすとともに、アンケート調査などを行うことで、水沢産地との競争について、また水沢産地の技術・技能の継承と人材育成、競争行動と競争の制御を分析し、

水沢産地も含めた南部鉄器の伝統的事業システムを明らかにしていくことが課題である。

付 記

本稿は、平成25年度長崎国際大学人間社会学部国際観光学科共同研究費「青森県・岩手県の観光資源を活かした産業振興(代表:原哲弘)」の一部を使用した。本稿の作成にあたり、インタビューに応じていただいた方々に心より感謝の意を表したい。

注

- 1) インタビュー調査および「岩手日報」2010年5月10日、2012年6月16日による。
- 2) 2013年9月10日現在、盛岡手づくり村には南部鉄器の工房が3つ、南部鉄器の鉋を製造している工房が1つある。
- 3) 盛岡市史編纂委員会編(1979)『盛岡市史(復刻版)』第2巻, トリョー・コム, 239頁。
- 4) 岩手県編(1963)『岩手県史』第9巻(近代篇), 杜陵印刷, 1237-1238頁。
- 5) 水沢市史編纂委員会編(1982)『水沢市史』第3巻(近世 下), 水沢市史刊行会, 73頁。
- 6) 山本(2006)によれば、これは水沢産地でも同様の傾向がみられるようである。
- 7) インタビュー調査および「岩手日報」2005年5月27日朝刊、2009年11月6日夕刊による。

参考文献

- Marshall, Alfred (1920) *Principle of Economics*, London, Macmillan and Company = 馬場啓之助訳(1966)『マーシャル経済学原理』東洋経済新報社。
- Piore, Michael J. and Sabel, Charles F. (1984) *The Second Industrial Divide: Possibility for Prosperity*, NY, Basic Books = 山之内靖, 永井浩一, 石田あつみ訳(1993)『第二の産業分水嶺』筑摩書房。
- Porter, Michael E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*, NY, Free Press = 土岐坤, 中辻萬治, 小野寺武夫, 戸成富美子訳(1992)『国の競争優位 上・下』ダイヤモンド社。
- Saxenian, AnnaLee (1994) *Regional Advantage: Culture and Competitive in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge, MA: Harvard University Press = 大前研一訳(1995)『現代の二都物語: なぜシリコンバレーは復活し、ボストン・ルート128は

- 沈んだか』講談社.
- 板倉勝高編著 (1978)『地場産業の町 上』古今書院.
- 板倉勝高編著 (1978)『地場産業の町 下』古今書院.
- 岩手県編 (1963)『岩手県史』第9巻 (近代篇), 杜陵印刷.
- 岩本由輝 (2000)「東北の伝統産業師 (10) 南部鉄器 (岩手県)」『東北開発研究』夏季号 (117), 69-84頁.
- 加護野忠雄, 石井淳蔵 (1991)『伝統と革新: 酒類産業におけるビジネスシステムの変貌』千倉書房.
- 加護野忠雄 (1999)『<競争優位のシステム>: 事業戦略の静かな革命』PHP 研究所.
- 加護野忠雄, 伊丹敬之 (2003)『ゼミナール経営学入門 (第3版)』日本経済新聞社.
- 加護野忠雄 (2007)「取引の文化: 地域産業の制度的叡智」『国民経済雑誌』196巻1号, 109-118頁.
- 株式会社岩手県金属工業会 (1986)『岩手県金属工業五十年の歩み』株式会社岩手県金属工業会.
- 小林晋一 (2004a)『水沢鋳物発達史考 (再版) 上』水沢鋳物工業協同組合.
- 小林晋一 (2004b)『水沢鋳物発達史考 (再版) 下』水沢鋳物工業協同組合.
- 柴田淳郎 (2008)「地場産業のビジネスシステムと競争行動: 九谷焼産地と瀬戸焼産地の人材育成システムに焦点を合わせて」『国民経済雑誌』第197巻第4号, 103-123頁.
- 谷口佳菜子, 上野恭裕, 北居明 (2012)「伝統的事業システムの競争優位と課題: 堺・関・燕の刃物産業の比較より」『長崎国際大学論叢』第13巻, 31-43頁.
- 西尾久美子 (2007)『京都花街の経営学』東洋経済新報社.
- 初沢敏生 (2002)「岩手県水沢鋳物業の特性 (研究ノート)」『福島大学地域創造』第13巻第2号, 4674-4682頁.
- 堀江皓 (2000)『南部鉄器』理工学社.
- 松本雄一 (2003)『組織と技能: 技能伝承の組織論』白桃書房.
- 水沢鋳物工業協同組合 (1990)『南部鉄器のふるさとキュボラ・浪漫』.
- 水沢市史編纂委員会編 (1982)『水沢市史』第3巻 (近世 下), 水沢市史刊行会.
- 盛岡市史編纂委員会編 (1979)『盛岡市史 (復刻版)』第2巻, トリョー・コム.
- 森元伸枝 (2009)『洋菓子の経営学: 「神戸スウィーツ」に学ぶ地場産業育成の戦略』プレジデント社.
- 山田幸三 (2013)『伝統産地の経営学: 陶磁器産地の協働の仕組みと企業家活動』有斐閣.
- 山本俊一郎 (2006)「水沢鋳物産地における製品転換と企業の存立形態」『季刊地理学』第58号, 1-18頁.