

Title	伝統工芸品産地の産業集積としての特徴と課題：丹波焼産地を事例にして
Author	関根, 靖浩
Citation	経営研究. 67(2); 97-115
Issue Date	2016-08
ISSN	0451-5986
Textversion	Publisher
Publisher	大阪市立大学経営学会
Description	

Osaka City University

伝統工芸品産地の産業集積としての特徴と課題

— 丹波焼産地を事例にして —

関 根 靖 浩

- 1 はじめに
- 2 分析フレームワーク
- 3 丹波焼産地の実態調査
 - 3.1 丹波焼産地の概要
 - 3.2 生産構造について
 - 3.3 市場・取引構造について
 - 3.4 技術習得経緯について
- 4 丹波焼産地の特徴と課題
 - 4.1 丹波焼産地の特徴
 - 4.2 産地の課題
- 5 おわりに

1 はじめに

1990年代以降、伝統的工芸品産地¹⁾の苦境は広く知られているところである。伝統的工芸品産業振興会の指導調査部の調査結果によれば、伝統的工芸品産地の企業は1980年に44,954社あったが2005年には約半分の21,467社にまで減っている。従事者数の減少はもっと顕著で、ピーク時の1986年の304,772人に対して2005年は114,598人と約3分の1になっている。生産額では、ピーク時の1983年が5,400億円だったのに対して、2005年は1,773億円と約3分の1になっている。なお、30歳未満の従事者の比率では、ピーク時の1974年が28.6%だったのに対して、2005年は6.1%と約4分の1以下になっている。同調査が指摘する伝統的工芸品産地の課題として、次の5つがあげられている。①需要の低迷、②量産化ができない、③人材、後継者の不足、④生産基盤（原材料、生産用具など）の減衰・深刻化、⑤生活者のライフスタイル・価値観の変化と情報不足である²⁾。

伝統工芸品産地は、中小企業を中心とした産業集積の1つのタイプであると考えられる。中小企業を中心とした産業集積の重要性は、古くはマーシャル（Marshall, 1880）が外部経済の観点から論じており、また、ピオリとセーブル（Piore and Sabel, 1984）は、クラフト的生産技術の観点から中小企業の集積による「柔軟な専門化」の重要性を指摘している。だが、伝統

工芸品産地はどのような特徴と課題を有する産業集積であるのかは十分に明らかになっていない。伝統工芸品産地を活性化させるためには、産業集積としての特徴と課題を明確にしながら、その集積の利益を向上させることが重要である。

本稿では、陶磁器産地である丹波焼産地を事例として、伝統工芸品産地の産業集積としての特徴と課題を検討する。

陶磁器産地は、その成立の歴史も古く伝統工芸品を代表する産地であり³⁾、研究蓄積も多い⁴⁾。陶磁器産地自体にも様々なタイプの産地があり、大別すると、第一に産地自体がブランドとなっている有田・伊万里焼などの産地、第二に小鹿田焼産地のように伝統技法や地域性の価値が認知されることで存続を図っている産地、第三に多品種・機械化などの総合力を誇る瀬戸・美濃焼などの産地、第四に個々の窯元が芸術家・作家として活動している益子焼・備前焼などの産地である。ただし、実際に産地数が多いのは1つ目と4つ目の間で揺れ動いている産地である。そういった産地は、技法や原材料といった様々な特性や窯元のタイプが混在しており、方向性を決めかねている産地であるといえる。そこで、この揺れ動いている産地で、規模的にも60軒程度の窯元数を持ち、アンケート調査を行うための十分な回答数が見込まれる丹波焼産地に着目した。

以下では、最初、産業集積としての特徴や課題を調査・検討する際の分析ポイントを整理する。次に、アンケート調査やインタビュー調査などを通じた、丹波焼産地の実態調査の結果を示す。最後に、調査結果を踏まえながら、丹波焼産地の産業集積としての特徴と課題を論じる。

2 分析フレームワーク

産業集積には様々なタイプがあると考えられる。たとえば、マークセン (Markusen, 1996) は、企業規模や企業間関係を考慮に入れながら、中小企業が多数集積する「マーシャル型集積」、特定の大企業を中心とした集積である「ハブ・アンド・スポーク型集積」、大企業の分工場群が集積する「サテライト型集積」などに分類している。

伝統工芸品産地は、大まかに言えば、マーシャル型集積と考えられる。マーシャル (Marshall, 1880) は、集積の利益 (外部経済要因) として、①世襲的な熟練、②補助産業の成長、③熟練労働市場の形成、④新技術の導入とスピルオーバーがあると論じている。特に、世襲的な熟練と局地的な熟練労働市場のもとで新しい技術を導入していく様子を「特殊な産業上の雰囲気」と呼び、これこそが局地化された産業が長期にわたり維持される要因だとした⁵⁾。

マーシャル型集積である伝統工芸品産地は製造する製品や事業規模が似通っていることから画一的に捉えられがちであるものの、産地企業が直面する生産構造や市場・取引構造はしばしば異なっており、全体として多様で複雑な経済システムを有することが少なくない。たとえば、同一の製品を生産する産地でも、高級品市場、日用品市場、業務用市場、観賞用市場など市場

が多岐にわたれば、あわせて取引構造もまた異なりうる。さらには製造過程においても、手作業か機械作業かといった製法や技術、製造時の心構え、原材料などが異なってくる。産地の存続基盤の把握や振興策を立案する上で、産地内部の経済システムの多様性に目を向ける必要がある⁶⁾。

また、伝統工芸品産地企業は産地の文化・社会経済的文脈に埋め込まれている度合いが高く、産地企業の技術・行動を決定するうえでローカルな制度的枠組みが大きく影響することが多い（立見, 2015; 水野, 2013）。特に、ストーパー（Storper, 1997）は、ローカルな制度的枠組みの一つである「取引形態をとらない相互依存性」を産地の優位性として指摘している⁷⁾。伝統工芸品産地内の多様性は、純粋な経済システムだけで決まるのではなく、慣習などのローカルな制度的要素が関係していると考えられる。

以上のことから、本稿では、丹波焼産地の産地企業（窯元）へのアンケート調査やインタビュー調査を実施しながら、慣習などのローカルな制度的要素を含めて産地内の生産構造や市場・取引構造を検討する。また、マーシャル型集積の核心部分である「世襲的な熟練と局地的な熟練労働市場のもとでの新しい技術の導入」について、丹波焼産地構成員の修業経緯（技術習得経緯）の側面から検討する。

なお、アンケート調査は、丹波立杭陶磁器協同組合に加入の窯元を対象に実施した。調査期間は、2012年9月8日～10月8日であり、調査対象は55窯元であった。回収数は、44窯元であり、回収率は80.0%であった。また、聞き取り調査の調査期間は、2012年3月10日～12月8日であり、調査対象は9名であった（表1を参照）。

表1 聞き取り調査の対象について

(1) 丹波焼窯元

氏名	業歴	産地での役割
A	約50年	丹波立杭陶磁器協同組合元理事長。
B	約55年	丹波立杭陶磁器協同組合理事長。伝統工芸士。
C	約40年	民藝運動（柳・濱田・リーチ）と最も親交のある窯元。
D	約60年	民藝作家として活躍。伝統工芸士。
E	約20年	2005年兵庫県芸術奨励賞受賞者。有望な若手陶芸家。
F	約20年	丹波立杭陶磁器協同組合 理事。

(2) その他、陶磁器関係者

氏名	所属	陶磁器との関わり方
G	大阪芸術大学短期大学部准教授	陶芸作家として活動しながら、大学にて陶芸を指導。
H	篠山市内窯元	丹波焼産地外の篠山市内で陶芸を行う。丹波焼ではない製品を工房で作成。
I	兵庫陶芸美術館 学芸員	学会員として、丹波焼や陶磁器と向き合う。

出所) 各社資料および聞き取り調査により作成。

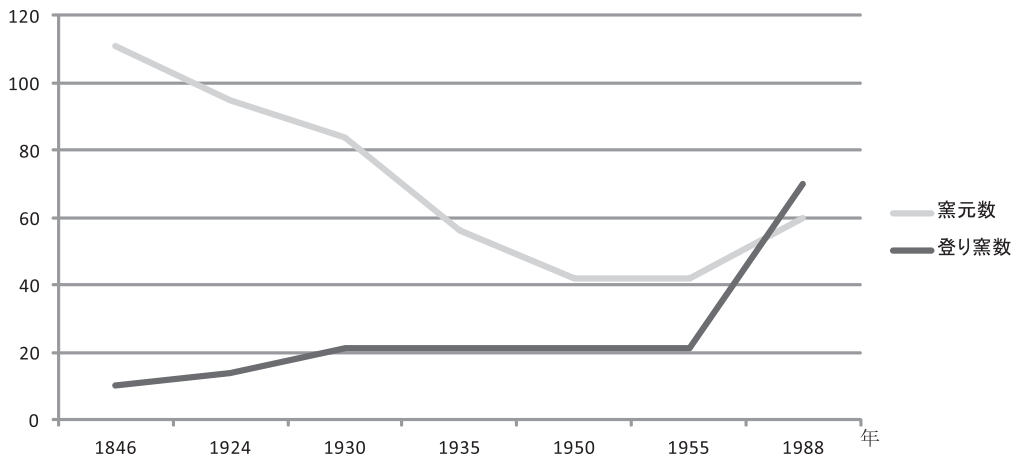
3 丹波焼産地の実態調査

3.1 丹波焼産地の概要

丹波焼産地のある篠山市は兵庫県中東部に位置し、産地がある立杭地区は、西は和田寺山、東は虚空蔵山に挟まれた谷間に位置する。和田寺山の南東麓に窯業集落が形成され、登窯と窯場、そして住居が配されている。丹波焼産地は800年近い歴史を持つ産地であり、平安後期に起源をもつ。江戸時代において、篠山藩が丹波焼の座を藩直営とし、藩の特産物として上納、買上げされ上手物とよばれる作品が作られるようになり、名工たちが生まれた。1846年には窯元数は、111窯元となり最盛期を迎える（図1参照）。しかし、明治期には、他地域の窯業や唐津物の磁器の普及など外部環境の変化により、生産物は上手物から再びローカルな需要に応える日用雑器の下手物へと格下げされることになる。第二次世界大戦後、民藝運動⁸⁾の柳宗悦が古丹波を称賛し、民藝の美を表現する産地として再認識され産地は活性化し、海外の万国博覧会においてグランプリ賞を獲得する者も出てきた。その後、日展や展示会に入選する者も相次ぐようになった。1957年に、丹波立杭窯（作窯技法）⁹⁾が国の無形文化財に指定され、国や自治体から支援を受けるようになった。1963年に、丹波立杭陶磁器協同組合によって坯土工場が建設され、陶土が安定的に供給されるようになった。また、1978年に「丹波立杭焼」が伝統工芸品に指定された¹⁰⁾。

篠山市立杭地区は、2011年では543人が居住している。丹波立杭陶磁器協同組合によると、立杭地区には約65軒の窯元、約250人が従事しており、立杭地区の人口の半数が製陶業に関わっている。今田地区事業所に占める窯元の割合は31.9%で今田地区における一大産業集積である¹¹⁾。表2に示されるように、2008年における丹波焼の生産金額は8億9,500万円であり、

図1 丹波焼産地の窯元数・登窯数の歴史的推移



出所) 中島 (2011) 9 頁より筆者作成。

表2 丹波焼の製品別生産数量・金額

	1996年	1998年	2000年	2002年	2004年	2006年	2008年
茶器・ 酒器	165	145	88	88	87	87	89
	12,000	10,500	9,000	9,000	8,500	8,500	8,600
食器類	523	492	540	530	528	536	540
	53,500	48,100	48,500	47,500	46,500	48,000	49,500
花器・ 装飾品	110	99	63	57	51	53	54
	43,500	33,400	34,500	30,500	29,000	29,500	29,500
植木鉢 ほか	32	30	29	29	19	19	18
	13,000	11,000	3,000	3,000	2,000	2,000	1,900
計	830	766	720	704	685	695	701
	122,000	103,000	95,000	90,000	86,000	88,000	89,500

注) 上段は生産数量(単位:千個)、下段は生産金額(単位:万円)。
出所) 丹波立杭陶磁器協同組合「丹波焼Q&A」41頁より筆者作成。

窯元の平均売上高は約1,300万円である。1996年が生産量、生産金額ともに最も大きく、一番低い年である2004年では、1996年の生産量の約8割、生産金額は約6割程度にとどまっている。丹波焼産地の特徴としては、構成員がほぼ立杭地区出身者で占められていることなどがある。規模としては、ほとんどが従業員0~5人の小規模事業所である。構成員の売上高や出荷額では産地内においてあまり差がなく、原材料・製法や製品種類についても産地内ではあまり差がない。産地内には、美術館に作品が所蔵されている芸術家や伝統工芸士、各種団体の正会員や国県市からの表彰者も存在している¹²⁾。

なお、丹波立杭陶磁器協同組合では、篠山市今田町立杭地区で作られた陶器を丹波焼と定義している。本稿も組合にならない、立杭地区で作られた陶器を丹波焼と定義する。

3.2 生産構造について

丹波焼産地では、ほとんどの窯元が手作りで製造している。組合の資料¹³⁾によれば、製造工程は、土もみ、成形・削り、乾燥、素焼き、釉掛け、窯詰、本焼き、窯出し、出荷の順番である。これらの工程において、特段、窯元間における差異はない。原材料の土については、ほとんどの窯元は組合から購入している。組合が土地を購入してそこから原材料となる土を精製し組合員に販売している。丹波産の土を原材料として使うという点では、産地外に対して希少性があるといえる。

次に、どのような窯を所有し使っているのかについて、アンケート調査を行った。「登窯」とは、薪を使って火を炊く窯であり伝統的なものであり主に斜面に設置される。「電気窯」は電気、「ガス窯」はガス、「灯油窯」は灯油を使って炊く窯である。「穴窯」は、主に地中を掘り抜いたものであり薪を使って炊く窯である。所有窯と使用割合は、「登窯」が29件、「電気窯」が21件、「ガス窯」が33件、「穴窯」が5件、「灯油窯」が5件となっている。半数以上

が登窯を持っているが、使用割合は平均 26.7%である。伝統的製造装置である登窯の使用頻度は低いことが判明した。

生産プロセス的には同一であるが、手作り品であるので作り手の意識・意欲が製品の質に影響を与えることが考えられる。このことを強調したのは、民藝運動の柳宗悦であり、柳は、無我の境地、職人の一心不乱で作られた製品が非常に美しいと評価した¹⁴⁾。そこで、製造時の意識の傾向を探るためにアンケートにより作陶時の意識やこだわりについて調査を行った。

製造時の意識における伝統技法¹⁵⁾に対する意識は、「非常に重視」が8名、「重視」が24名、「そんなに重視しない・重視しない・どちらとも」が12名となり、約3分の1は伝統技法を意識して製造していない。芸術性に対する意識は、「非常に重視」が11名、「重視」が29名となっており、芸術性を重視する傾向がみてとれる。聞き取り調査では、芸術品や賞への応募作品の制作については芸術性を強く意識し、日用品については使い勝手などの買い手を意識しているという意見があり、使い分けをしていることが判明した。

昭和以降における丹波焼産地に対するターニングポイントとして、前述の柳が提唱した民藝運動があり、この思想に評価されたことにより丹波焼産地は大いに活性化することとなったが、現在、この民藝の丹波焼の中での存在感がどうなっているのかも調査した。民藝に対する考え方は、「非常に重視」が4名、「重視」が19名、「そんなに重視しない」が15名であり、「どちらともいえない」が4名となっており半数程度しか意識していないことが判明した。

事業所としてのこだわりについて、自由記述方式ならびに複数記入で回答を得た。製品に関する事、作陶技術に関する事、その他で分類をした。

使いやすさというユーザー視点のこだわりが一番多く、使用されるための製品を作る窯元であった面影が残っているが、独自手法や個性のある製品に対するこだわりも多い。独自の路線で差別化を図ろうとしている窯元とユーザー視点を重視して競争を乗り切ろうとしている窯元とが産地内に同居している。聞き取り調査では、「需要に敏感であり、売れるものなら何でも作ってきた」との指摘もあった。丹波焼産地は小規模で手作業、一貫生産という利点を活かして、需要に柔軟に対応してきた。

聞き取り調査にて、産地内部での協働体制について調査したところ、「協働作業は無くなった」「製造工程における分業もない」との回答を得た。ここから地域内分業がないことが判明した。以前は、分業もあったが、生産量が減ったことと機械化により分業がなくなったとのことである。各窯ごとで生産を完了させ、販売も各々が行うという暗黙の合意、規範的価値観がある。人出が必要になる窯炊きにおいても他所の窯から手助けに来てもらうことはない。その理由として、窯の中で製品が割れた場合など、責任を負うことができないためである。

以上の生産構造における実態調査から、第一に、産地内分業はせずに各窯元で一貫製造を行うという慣習があることが判明した。次いで、作陶時の意識や伝統技法への意識においては、伝統技法も重視するが、より芸術性を重視しており、独自手法や個性のある作品に対するこだ

表3 生産構造関連のアンケート結果

No.	伝統技法	芸術性	民芸	所有窯			土購入先
				登り	電気	ガス	
1	△	○	×	登り 30%	電気 10%	ガス 60%	組合
2	○	◎	○	電気 50%	ガス 50%		組合
3	○	○	○	登り 20%	ガス 80%		組合
4	△	○	○	電気	ガス		自分
5	△	◎	×	登り 50%	電気 25%	ガス 25%	組合
6	○	○	○	登り 20%	ガス 70%	穴 10%	組合・自分
7	△	◎	×	電気 80%	ガス 20%		組合
8	◎	◎	△	登り 20%	電気 40%	ガス 40%	組合
9	○	○	○	登り 10%	ガス 90%		組合
10	○	○	○	登り 20%	電気 20%	ガス 50%	組合
11	○	○	△	灯油			
12	◎	◎	○	登り 30%	その他 70%		
13	◎	◎	◎				
14	○	○	△	登り 20%	電気 5%	ガス 75%	組合
15	○	△	◎	登り 10%	ガス 90%		組合
16	○	○	○	登り 10%	電気 10%	ガス 80%	組合
17	△	○	△	登り 10%	電気 30%	ガス 60%	組合
18	—	○	△	登り 10%	電気 20%	ガス 70%	自分
19	○	○	△	登り 10%	ガス 50%	灯油 50%	組合
20	○	○	○	登り 10%	電気 30%	ガス 60%	組合
21	○	○	○	登り 20%	ガス 80%		組合
22	○	○	△	登り 50%	灯油 50%		組合
23	○	○	△	登り 20%	ガス 80%		組合・ネット
24	○	○	○				
25	×	×	×				
26	—	—	—	ガス 90%	穴 5%		組合
27	○	◎	△	登り 30%	電気 60%	ガス 10%	組合
28	◎	○	◎	登り 10%	ガス 90%		組合・商社・ネット・通販
29	○	○	○	登り 10%	電気 30%	ガス 60%	組合
30	○	×	△	ガス			組合
31	○	○		電気 60%	穴 40%		組合
32	◎	◎	△	登り 10%	電気 40%	ガス 50%	組合
33	◎	○	○	登り	ガス	穴	組合
34	○	○	○	登り 90%	電気 10%		組合
35	◎	○	○	登り 80%	灯油 20%		商社
36	◎	◎	○	登り 100%			ネット・自分
37	○	○	△	登り 5%	電気 15%	ガス 80%	商社
38	○	○	○	登り	電気	ガス	組合
39	○	○	○	ガス 80%	穴 20%		組合
40	×	○	◎	電気 50%	ガス 50%		商社
41	△	○	○	登り	電気	ガス	組合
42	○	○	△	ガス 100%			組合
43	△	◎	△	ガス 100%			組合
44	△	◎	△				

注) 回答における「非常に重視」は◎、「重視する」は○、「どちらともいえない」は△、「そんなに重視しない」は△、「重視しない」は×と表記した。
 出所) アンケート調査より筆者作成。

表4 こだわりに関するアンケート結果

分類	回 答	回答数
製品	・使いやすさ	17
	・個性のある作品	3
	・現在のライフスタイルに合った器	2
	・美しいもの、色とカタチのバランス、用と美のバランス、あたたかみのある作品	各1
作陶技法	・独自手法（自然釉、釉薬、焼成方法）	12
	・手作り	4
	・登窯での焼締	4
	・丹波焼の伝統技法を用い、独自性を出す	3
	・丁寧なものの造り、デザインと機能、ロクロ技術	各1
その他	・雰囲気、時代感、民窯のぬくもり	各1

出所) 表3と同じ。

わりも多く、個々の窯元が独自の路線の下で、個々の美的感覚・技法を重視した作家志向が強いことが判明した。しかしながら、使用されるための製品を作るという職人の気風と仕事も大事にされており、作家活動と職人仕事を使い分けもしているので、職人と作家の兼務という構造が浮かび上がってきた。

3.3 市場・取引構造について

販路や販売価格帯に関する現状を明らかにすることによって、経済システムにおけるアウトプットである市場・取引構造を検討する。

主要販路を確認するために、販売先の割合をアンケート調査した。なお、アンケート項目における、「陶器まつり」と「イベント」の違いは、「イベント」が各地のイベント（全国陶器市や各地の陶器まつりへの出店）での販売であるのに対して、「陶器まつり」とは、毎年10月に篠山市今田町で行われる陶器まつりでの販売のことである。また、「横丁」とは、組合が今田町に設置している丹波焼57軒の窯元（組合員）の作品を購入できる『窯元横丁』のことである。

主要販路の分類として、特定の個人客が主に購入する「個展」と「個人客」は「個別」に分類し、産地に来街してから購入する「陶器まつり」「店頭」「横丁」は「産地内」に分類した。また、産地外で窯元が特定できない顧客に販売する「業務用」や「卸」「イベント」は「卸売」と分類した。

以上の3つの主要販路のうち、「個別」がメインのところは7件、「産地内」は23件、「卸売」は9件、不明が7件となっている。それぞれを割合で表すと個別が15.0%、産地内が50.0%、卸売が20.0%、不明が15.0%となっている。

産地内での販売が多いということは、購入者は焼き物の里である丹波焼産地に訪問して気に

入ったものを現地で購入していると推定できる。焼き物に興味関心がない人々は、そもそも焼き物の里という存在を知らないので、購入者はわざわざ産地に赴くなど焼き物に関心がある層であることが理解できる。

次に、販売された主要な製品とその価格帯を複数回答で調査した。主要製品としては、日用品が一番多く、次いで花器となっている。主要製品の価格帯では、10,000円以上が7件、10,000円が4件、5,000円が5件、4,000円が2件、3,000円が17件、1,000円が3件となっている。産地における主要製品は日用品であり、その価格は3,000円程度であることが把握できるが、単価が高い10,000円以上の製品を主要製品にしているところも11件あり、産地内の価格の幅は大きいといえる。

主要製品の複数回答数を検討してみると、2製品という回答が11件、3製品が12件、4製品が6件、5製品が2件、6製品以上が5件となっている。3製品以下が半数を占めているが、4製品以上扱っているところも3分の1程度存在している。1つか2つの製品を専業に作成している窯元は少ない。

兵庫県中小企業振興公社（2002）に基づき、単価の高い花器・置物・大皿・茶器を作家物とし、受注や依頼があってから制作を行う注文品・記念品・贈答品・業務用を注文物とし、その他のものを日用物他（日用品・植木鉢・酒器）とする製品カテゴリー分類を試みた。作家物は55件、注文物は35件、日用物他は36件という結果になり、作家物を作っている割合が一番多くなっている。単品だと日用品が多いが、製品カテゴリー分類では作家物が多いという結果になった。

聞き取り調査では、産地問屋がないということが判明した。アンケート調査においても産地卸への販売はない。明治時代までは産地問屋¹⁶⁾が存在していたが、需要の増加や地域独特のかつき棒を使用しての窯元直接販売方法の採用により、問屋業がなりたたなくなってしまう。その状態が続き、現在、各窯元は産地問屋の存在を必要としていない。

販路ならびに販売価格帯から見た市場・取引構造の特徴としては、前述のように、産地卸の不在が判明した。重要な事項として、販売品は、単品だと日用品が多いが、製品カテゴリー分類では作家物が多いという結果から、製品のバラツキの多さ、多様性が判明した。また、販路もバラツキがあると考えられたが、産地内での販売が多い。ここから、販路の未発達と主要顧客は、ある程度焼き物に興味関心がある層であることが判明した。

3.4 技術習得経緯について

丹波焼産地構成員の修業経緯（技術習得経緯）について、各窯元のホームページなどを使って調査した。

調査の結果、修業先を次の4つに分類できた。一つ目（○パターン）が、生家で祖父母や父母の下で修業するパターンである。二つ目（□パターン）が、他の窯元・陶芸家の下で修業す

表5 販路・販売価格帯に関するアンケート結果

	主要販路			価格帯	主要製品								
	個展・個人	陶器まつり・店頭・横丁	卸・業務・イベント										
1	30%	50%	20%	10,000円以上	大皿	花器							
2	40%	60%		3,000円	茶器	日用品	花器						
3	60%	30%	10%	10,000円以上	大皿	花器	日用品						
4				10,000円以上	花器	置物							
5	50%	40%	10%	10,000円以上	茶器	大皿	置物	日用品	花器	記念品	注文	業務	
6	20%	40%	40%	5,000円	茶器	花器	大皿	日用品					
7	65%	30%	5%	10,000円以上	大皿	酒器	注文	記念品	花器				
8	30%	50%	20%	3,000円	日用品	業務	花器						
9		60%	40%	1,000円	日用品	注文	酒瓶						
10	45%	35%	20%	5,000円	茶器	大皿	注文	日用品	花器				
11													
12	80%	20%		10,000円以上	大皿	花器							
13		100%											
14					日用品	花器	記念品						
15		70%	30%	3,000円	日用品								
16				1,000円	日用品								
17	15%	50%	35%	3,000円	日用品	置物	業務	花器					
18	30%	20%	50%	3,000円	日用品	記念	注文	贈答	業務	花器			
19	30%	70%		5,000円	日用品	花器							
20	10%	30%	60%	3,000円	日用品	業務							
21	15%	80%	5%	4,000円	茶器	業務	注文	日用品	大皿	贈答	花器		
22	20%	60%	20%	3,000円	日用品	植木鉢	花器						
23		80%	20%	3,000円	日用品	花器							
24	30%	70%			日用品	花器	注文						
25													
26	20%	60%	10%	10,000円以上	日用品	注文	贈答	記念品					
27	20%	60%	30%	3,000円	茶器								
28	5%	40%	55%	3,000円	大皿	日用品	記念品	花器	贈答	注文			
29	5%	90%	5%	10,000円	花器								
30	15%	75%	10%	5,000円	日用品	花器							
31		100%		3,000円	茶器	日用品	花器						
32	30%	60%	10%	10,000円	大皿	花器							
33				3,000円	茶器	日用品	花器						
34		75%	25%	5,000円	日用品	花器							
35	15%	55%	30%	10,000円	日用品	注文	花器						
36	25%	70%	5%	10,000円	茶器	大皿	記念品	日用品	置物	注文			
37	15%	65%	20%	1,000円	日用品	注文							
38	70%	20%	10%	3,000円	茶器	注文	日用品						
39	20%	45%	35%	3,000円	日用品	注文	贈答	記念品					
40				4,000円	日用品								
41		90%	10%	3,000円	日用品								
42	20%	80%		3,000円	日用品	花器							
43	30%	65%	5%	3,000円	日用品	注文	花器	記念品					
44	90%	10%			日用品	注文	花器	置物					

出所) 表3と同じ。

る、いわゆる徒弟制度で修行するパターンである。三つ目（△パターン）が、自治体の公的研究所・試験場で修業するパターンである。四つ目（◇パターン）が、美術大学・短期大学や専門学校で陶芸を学ぶパターンである。概して、生家での修業は古くから行われており、近代学校が舞台となる技術習得は近代的な修業方法である。2か所以上で修業しているパターンについては、次の修業先を矢印（→）で記した。

作家として活動している窯元は美術系学校での修業が多い。伝統工芸士は、4人とも徒弟制度のみの修業であった。概して、年配の方々は、生家での修業が多くなっている。若い層は、美術系学校で修業してから他所へ修業に行くという経緯が多い。生家での修業はあまり見られない。生家には修行に戻るという形ではなく、生産パートナーとして工房に入るという形である。

技術習得経緯で判明したことは、産地内で高名な作家や芸術家が美術系学校において芸術を修業したことに触発されて、若い人たちは美術系学校で芸術を学んでいることである。伝統工芸士群と同様の修業をしている若い人たちは少ないことから前述のことが理解できる。聞き取り調査でも、美術系学校で学んだ人は、基礎技術がすでに丹波固有の技術とは違う全国共通の技術となるという指摘もあった。彼らが主力になる10～20年後には、ほとんどの人が美術系学校での初期の基本的な修業をしていることとなる。基礎技術は、全国的に統一したものならざるをえない。

聞き取り調査によれば、地域内における独特な成功への期待感が修行先に影響しているとのことであった。外部で著名な作家であっても、産地内では遠い存在ではない。敬意を表し評価はしているが、雲の上の存在ではなく普段付き合いをしている。地理的にも近くに住んで作陶しておるとともに、幼少のころから知り合いであるという心情的な近さ、親しさがある。以前からよく知っている隣人が展覧会等にて賞を取り著名人になるという経験が、自分もなれるのではないかという期待感を醸成する。そして、自分も同様の存在になるためには、彼らと同様の修業経緯をたどるのである。また、親の方でも子供の将来を考え陶芸で成功できなくても大学等に行っていれば万が一のときに他の仕事につけるなど思いから美術系学校へ技術習得に行かせている。

技術習得経緯では、伝統的な修業方法である徒弟制度による技術習得ではなく、学校制度による技術習得が主流になっていることが判明した。また、身近な成功者の影響も強いことが判明した。

伝統技法に対する聞き取り調査の結果は表6に示している。伝統技法は受け継がれていないという意見もあるが、大切にしていこうという意見もある。伝統技法に詳しい方々でさえ伝統に対する意識の差は大きいといえる。特に外部で経験を積んだ若手層は伝統技法について知識や関心も低く作家志向が強いとの回答を得た。

かつて共同窯で協働して窯を炊いていた時代では、自然発生的に非公式な集まりが生まれ、

図2 丹波焼産地構成員の修業経緯

修業先		修業経緯	人数	70代以上	60代	50代	40代	30代	20代
○	生家での修業	○のみ	10	1	4	2	3		
		○→□	1		1				
		○→△	1			1			
□	他の窯元・陶芸家の下で修業	□のみ	10	1	3	5	1		
		□→△	1					1	
		□→△→□	1					1	
△	自治体の試験場・研究所で修業	△のみ	4	1	1	1	1		
		△→○	1					1	
		△→□	3		1	1			1
◇	美術系学校で修業	◇のみ	3			2		1	
		◇→○	1			1			
		◇→□	6		1	2		3	
		◇→□→○	1			1			
		◇→△	6				3	2	1
		◇→△→□	5				3	2	

出所) 各窯元のホームページなどにより筆者作成。

表6 伝統技法に対する聞き取り調査結果

- ・左回りロクロは特徴。焼き物の裏を見れば、左ロクロはすぐわかる。(C氏)
- ・左回りロクロだろうが、右回りだろうが関係ない。既成の道具類は右回り用なので右ロクロのほうがよいといえよ。外部で陶芸を学んだ人は必然的に右回りになる。左ロクロは丹波だけで修業した人。(B、F氏)
- ・伝統的な筒書きを今はしている人はいない。(C氏)
- ・伝統技術は大切に当然。その上に新しい技術を取り入れていかないと。(E、H氏)
- ・独自技術などない。あったとしてもすぐに大手企業や外国企業にマネされる。(E氏)
- ・作家活動しているところは、丹波の土は使いにくい。(B氏)
- ・伝統については個人差が大きい。(F氏)

出所) 聞き取り調査より筆者作成。

それが技術の伝承と習得、新たな技術・製品の開発をもたらしていたが、現在は自然発生的な勉強会などは行なわれていない。各窯元は自力で技術力を習得せざるを得ず、それは技術習得にも影響を与えている。

4 丹波焼産地の特徴と課題

4.1 丹波焼産地の特徴

丹波焼産地の産業集積としての特徴について、生産構造や市場・取引構造から確認して置こう。丹波焼産地の生産構造は、手作業がほとんどであり、産地内分業がないので各企業内部で一貫生産を行っている。主要な製造装置である製品を焼く窯では、電気窯・ガス窯・穴窯・登窯など窯元ごとに多種多様である。製造は手作りであり、作陶時の意識が製品に反映されやす

く、産地内での作陶意識のバラツキも大きい。よって、生産構造は産地内で違いがあるといえる。また、丹波焼産地の市場・取引構造からは、産地卸不在により産地の窯元は自力で販売せざるを得ないことがわかる。主力製品は、日用品が多いが作家物も多く、取扱品目も多く多様である上に、販売単価は産地内で違いが大きい。

以上のような生産構造や市場・取引構造から、丹波焼産地内の経済システムは多様であることや、それを下支えている制度的要因として産地内分業がないことがあるといえる。産地内分業がないことにより、自分の能力範囲内で事業を展開せざるを得なくなる。よって、各々の窯元は自力での製造・販売という経済システムの運営をするようになる。また、職人と作家の兼業という生産構造は、長引く景気低迷により職人としての部分が量的に不足し、作家の部分が多くなり個の力を伸ばす方向性で差別化をはかる傾向を強くしている。

丹波焼産地の産業集積の特徴としては、技術伝承・人材養成の特徴も重要であるといえる。丹波焼産地には、産地卸と産地内分業がないため、技術伝承・人材養成にもその影響がでている。産地卸は、仕事の発注や技術指導などにより技術の進展を促す役割もあり、産地内分業は分業内での技術習得という側面を持つが、丹波焼産地はこれらの不在により技術育成は各自で行なわなければならない、専門的な学校制度での技術習得を推し進めることとなった。専門的な学校制度として、他産地で見られる公設技術センターの代わりに芸術系学校で人材養成が行われている。これは若い世代に顕著な動きである。学校制度による技術習得の仕組みにより、製造基礎技術は他の産地にはない独特な伝統技法ではなく全国的な基礎技術を使用することになった。

そして、基本製造技術において全国的に差異のない技術で製造しているため競合他社と差別化し競争優位を得るためには、個性やデザイン、美的価値を追求するという方向性をとっていた。また、美術系の学校であるがゆえに、芸術に対する意識、芸術志向という価値観を身につけてきた。これらの要因により産地は作家活動が主流になった。

その作家活動も全くの個々の美的芸術的センスというべき個人ベースで経済活動をしている。丹波焼産地では、人材養成システムはほとんど産地内にないといってもよい。丹波焼産地は、特徴的な生産技術を必要としないため、基本的な生産技術さえしっかりと修得していれば生産できる。よって、修業はそんなに長くなくてもよい。ギャラリーや個展での販売のためには、各種の展覧会で入賞するなどして知名度を上げる必要があるが、それは仕事をしながら蓄積することができるからである。また、丹波焼産地は需要に敏感であり、小規模で手作業、一貫生産という利点を活かして需要に即座に対応できる生産構造を持っている。この生産構造には固有の生産技術はむしろ障壁となりうる。この点からも固有の技術をもたらす人材養成システムが必要とされなかった。丹波焼産地の技術伝承の特徴は、経済システムと密接な関係があるといえる。

4.2 産地の課題

上述した産地内の多様性ならびに人材養成システムから、丹波焼産地の課題を考察する。

一つ目の課題としては産地内多様性による一体感のなさ、相互依存性のなさである。主原料である土は丹波のものであり、丹波という地域で製造はしているものの、精神的・技術的な観点からは産地でなくても活動できている。また、事業における取引と関係がないところでの技術向上や作業におけるボランティア的な相互扶助活動はほとんど見られない。これらの観点からは個々の窯元がもつ製造販売ベースで事業活動をしており、ただ事業所の立地が産地内であったというだけになりつつあり、産地に立地することの意義や産地そのものの存在意義がなくなりつつある。

二つ目の課題としては、学校制度による技術習得がもたらす伝統技法活用の衰退がある。技術習得における現場での習得方法である On the Job Training も先代（親）と違う方式で学んでいるため、先代はあまり技術を指導するということはないので、先代の経験が引継ぎにくい¹⁷⁾。丹波焼産地は、ほぼ産地内出身者で構成されているが、修行経緯から判断する限りマーシャルがいう世襲的な熟練がなされているとは言えない。また、産地内において各窯元の技術力や生産力は製品を見るしかわからなくなってしまう、各窯元の技術や生産力はブラックボックスと化してしまい産地内で共有できていない¹⁸⁾。

三つ目の課題として、産地イメージ、産地らしさの未活用がある。丹波焼産地には歴史的に見れば、民藝運動で評価された産地らしさ¹⁹⁾があった。現在も丹波焼産地らしさは、顧客や市場から一定の認識はされている²⁰⁾。いわば顧客は丹波焼というイメージに期待して足を運んでいる。また、産地らしさは、共通認識、いわば産地構成員が暗黙の了解のうえで行動をとる際の評価軸になる。しかしながら、それを十分に活用しているとは言えない。その原因として、産地の一体感のなさや伝統技法活用の衰退が考えられる。産地の多様性がもたらした一体感のなさが、産地のイメージを拡散している。そして、独特な伝統技法の活用は産地らしさを鮮明にするが、それがあまり活用されていない丹波焼産地は産地イメージが薄れている。

丹波焼産地は、産地を振興するために共同販売所の設立や各種イベントを開催するなど製品や作品のPR、販売支援を積極的に行ってきた。しかし、産地間競争は激しさを増しており、産地を振興するためには消費者がわかりやすく他産地と差別しやすい付加価値が求められており、その付加価値の源泉を産地全体として確立していく必要がある。

5 おわりに

以上、実態分析を踏まえながら、丹波焼産地の産業集積としての特徴と課題を検討した。

本稿の検討を通じて得られた知見として、次の3点を挙げることができるだろう。第一に、産地の内部における多様性をもたらした要因を生産構造や市場・取引構造、ローカルな制度的要因から明らかにすることができた。第二に、人材養成システムが産地の技術蓄積に影響を与

え、産業集積の利益の喪失にもつながっていることが明らかにすることができた。第三に、産地のイメージが産地の存続にとって課題であるということが判明した。市場を獲得するためには、産地の存在意義の再確立ならびに産地らしさの確立が重要であるということである。

今日、陶磁器生産は、先行研究²¹⁾でも指摘されているとおり流通網の進化や技術の普遍化により地域性を失った製品生産が可能となっている。多くの産地は、従前からのビジネスモデルが崩れ、存続の危機にある。産地が存続、発展していくためには、産地外企業がもたない外部経済、いわば集積の利益が重要になる。この観点からも産地における集積利益の研究の深化が求められ、本研究はその一助となると考えられる。

本稿が十分に分析できなかったことに、丹波焼産地以外の陶磁器産地との比較研究やさらなる集積の利益に対する研究があるが、これらの点については今後の研究課題とする。

注

- 1) 本稿では「伝統的工芸品」を生産する産地を伝統的工芸品産地とする。伝統的工芸品とは、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法）」に基づき経済産業大臣に指定されたものである。指定要件としては以下の5項目である。①日本人の生活に密着し、日常生活で使用されるもの。②主要工程が手作業中心（手工業的）であること。すべて手作りでなくてもよい。しかし、製品の品質、形態、デザインなど、製品の特長や持ち味を継承する工程は「手作り」が条件である。③技術・技法が100年以上の歴史を持ち、今日まで継続しているもの。伝統的技術、技法は、昔からの方法そのままではなく、根本的な変化や製品の特長を変えることがなければ改良や改善はしてもよい。④100年以上の歴史をもつ伝統的な原材料を使用したもの。既に枯渇したものや入手が極めて困難な原材料の場合は、持ち味を変えない範囲で同種の原材料に転換することは、伝統的であるとされる。⑤一定の地域で、地域産業として成立しているもの。一定の地域に10企業以上または30人以上が従事していることが必要である。現在の指定品目として全国で222品目が指定されている（伝統的工芸品産業振興協会のホームページ。<http://kougeihin.jp/association/state/>（2016年3月31日閲覧））。
- 2) 経済産業省製造産業局伝統的工芸品産業室（2011）が指摘している。
- 3) 山崎（1977）は、伝統型地場産業に占める割合が産地数で73%、企業数で65%、生産額で55%と圧倒的に高く、窯業は伝統型地場産業の代表的な業種と指摘している。
- 4) 例えば、日本国内における陶磁器工業の分布と製品別地域構成については上野（1979）が検討している。下平尾（1996）は有田・波佐見産地の生産構造とその変化について経年的に分析をしている。技術承継については宮川（1996）による砥部焼産地の検討、初沢（2002、2006、2008）は、備前焼と旭川産地、平清水産地、小岱産地、大堀相馬産地など一連の研究から地域の生産構造や職人の技術習得等について検討し、その地域的な差異を明らかにした。李（1989）は、産地体系の変化と情報利用の実態を信楽陶磁器産地で検討した。羽田他（2003）は全国の主要産地の窯元作家に対するヒアリングとアンケート分析をしている。ビジネスシステムの視点からは柴田（2008）・山田（2013）が検討している。
- 5) Marshall（1880）邦訳195-209頁。
- 6) 立見（2006）は、産地集積内にも様々なタイプの企業があることを明らかにしている。また、初沢（2008）は、産地内多様性として、伝統に対する解釈は構成員のタイプにより異なることなどを指摘している。
- 7) 取引形態をとらない相互依存性とは、相互依存的な関係性に基づき、不確実性の条件下において経済

アクターの行為を調整するような慣行、インフォーマルな規則、習慣といったものである。(Storper, 1997, p. 25)

- 8) 民芸運動は白樺派の同人であった思想家・柳宗悦が中心となり大正後期から展開された工芸を巡る運動である。柳(1954)は、それまで注目されることのなかった一般民衆の日用使いの雑器に、華美な美術工芸にはない「健康的な」美があるとし、それを「民衆的工芸」すなわち「民芸」と定義した。
- 9) 丹波の登窯のことであり、他の窯業地ではすでに見られなくなっている朝鮮式の古い様式を保ち、独特の形(蛇のような形をしているので蛇窯とも言われる)を残していることから、1957年に記録作成等の措置を講ずべき無形文化財(作窯技法)に認定されている。(丹波立杭陶磁器協同組合『丹波焼 Q&A』)しかし、やきものの郷を考える会(2008)によれば、無形文化財の認定団体であった立杭窯保存会は、現在では事実上休眠状態であるとのことである。
- 10) 今田町史編纂委員会編集(1995)、中島(2011)、兵庫陶芸美術館(2005)を参考に記述した。
- 11) 篠山市商工会によれば、今田地区全ての事業所は204事業所である。窯元は65軒であるので、今田地区事業所に占める窯元の割合は31.9%である。
- 12) 今田町史編纂委員会編集(1995)、中島(2011)、兵庫陶芸美術館(2005)、やきものの郷を考える会(2008)、京都大学人文科学研究所(1955)を参考に記述した。
- 13) 丹波立杭陶磁器協同組合作成の資料として「丹波焼概要説明」「丹波焼産地案内のしおり」「丹波焼 Q&A」がある。
- 14) 柳宗悦(1974)15-16頁。
- 15) 表1に記載のA氏やB氏、F氏によれば、丹波焼の伝統技法といえば、伝統的製造装置である登窯での焼成技法や、左回しロクロ(蹴りロクロ)技法、筒書きや赤土部(あかどべ)などの装飾技法であるとのことだが、統一的な伝統技法は定められていない。
 なお、表1に記載のG氏によれば、全国的に普及している焼成技法は電気・ガス窯であり、ロクロ回しは、右ロクロ(引きロクロ)が主流である。
- 16) 丹窓窯の前身である市野兄弟社がこれに該当し、問屋業務に加えて自身も窯元として製造を行っていた。
- 17) 表1に記載のA氏に対する聞き取り調査による。
- 18) 初沢(2006)が備前焼産地で検討した産地全体における製造におけるベースとなる伝統技術や蓄積している技術の活用がみられない。さらに、産地内にある伝統技術の未活用は、伝統技術の蓄積とそこからもたらされる技術革新の機会を喪失させている。マーシャル(Marshall, 1880)が指摘している、他人のアイデア・技術を自分の知識と結びつけてさらに新しいアイデア・技術を生み出すというスピルオーバーも期待できない。初沢(2008)は、技術・技能の習得システムが地場産業産地の革新に重要な役割を果たすとの見解を示しているが、完成した製品の段階でしか切磋琢磨できないのは、産地としての革新の機会を喪失している。
- 19) 柳(1974)によれば、丹波焼産地は、昔ながらの民窯の姿を比較的好く残す産地であり、民衆的工芸を作っている産地である。数を作っていたからこそ、なしえた美、無作為の美が丹波焼(特に古陶)にあるとした。また、「私なき(無我)」職人仕事が行われている産地として評価している。
- 20) 表1に記載のF氏に対する聞き取り調査による。F氏によれば、一陶芸家が百貨店の展覧会に参加しようとしても有力なコネがなければ参加すらできない。しかし、古くからある丹波焼の窯元というと参加しやすい。また、陶器まつりというイベントでも丹波焼ブランドがなければあんなにも人は来ないとのこと。丹波焼産地の市場としての顧客は、アンケート調査結果から見ると来街者であり、焼き物の里という産地ブランドに惹かれて産地に来て製品を購入している。これらは、いわば濱田(2006)や塚本

(2013) のいう産地の「イメージ」であるといえる。

- 21) 上野（2008）は、陶磁器生産は原材料の均一化と技術の普遍化によって地域性を失った製品生産が可能と指摘している。

参考文献

- 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』第60巻第1号、1-20頁。
- 上野和彦（1979）「わが国陶磁器業の地域構成」『新地理』第27巻第3号、13-20頁。
- 上野和彦（2008）「伝統産業産地の本質」上野和彦・政策科学研究所編『伝統産業産地の行方—伝統的工芸産業の現在と未来—』東京学芸大学出版会、1-8頁。
- 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4号、103-123頁。
- 下平尾勲（1996）『地場産業—地域からみた戦後日本経済分析』新評論。
- 立見淳哉（2004）「産業集積の動態と関係性資産—児島アパレル産地の「生産の世界」—」『地理学評論』第77巻第4号、159-182頁。
- 立見淳哉（2006）「産業集積地域の発展におけるローカルな慣行」『創造都市研究』第2巻第1号、1-16頁。
- 立見淳哉（2015）「フランスのショレ・アパレル縫製産地の変容—慣行の役割—」『地理学評論』第88巻第1号、1-24頁。
- 塚本僚平（2013）「地場産業の構造変化に関する地理学的研究—瀬戸内地域を中心として—」岡山大学大学院社会文化科学研究科、学位論文。
- 羽田新編著（2003）『焼き物変化と窯元・作家』御茶の水書房。
- 初澤敏生（2002）「山形市平清水陶磁器産地の存続基盤」『福島大学教育学部論集』第70号、25-33頁。
- 初澤敏生（2006）「陶磁器産地の特性と人材養成」下平尾勲・伊東維年・柳井雅也編『地域産業の再生と雇用・人材』日本評論社、123-140頁。
- 初澤敏生（2008）「萩焼にみる伝統性」上野和彦・政策科学研究所編『伝統産業産地の行方—伝統的工芸産業の現在と未来—』東京学芸大学出版会、52-59頁。
- 濱田琢司（2006）『民芸運動と地域文化—民陶産地の文化地理学』思文閣出版。
- 水野真彦（2013）「経済地理学における制度・文化的視点、ネットワーク的視点、関係論的視点」『経済地理学年報』第59巻第4号、454-467頁。
- 宮川泰夫（1996）「砥部焼産地の革新機構」『比較社会文化2』、37-50頁。
- 柳宗悦（1954）『工藝文化』春秋社。
- 柳宗悦（1974）『丹波の古陶』春秋社。
- 山崎充（1977）『日本の地場産業』ダイヤモンド社。
- 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。
- 李哲雨（1989）「信楽陶磁器産地における産地再編成と情報利用」『人文地理』第41巻第4号、1-26頁。
- M. J. Piore and C. F. Sabel (1984) *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*: Basic Books (山之内靖・永易浩一・石田あつみ訳『第二の産業分水嶺』筑摩書房、1993年)。
- Markusen. A (1996) "Sticky Places in Slippery Space—A Typology of Industrial Districts" *Economic Geography*, 72(3), pp. 293-313.

- Marshall. A (1880) *Principles of Economics London*: The Macmillan Press. (永沢越郎訳『経済学原理 第二分冊』岩波ブックサービスセンター第2版、1991年).
- Storper. M (1997) *The Regional World*, The Guklford Press.

参考資料

- 京都大学人文科学研究所 (1955) 『立杭窯の研究—技術・生活・人間』京都大学人文科学研究所研究報告。
- 経済産業省製造産業局伝統的工芸品産業室 (2011) 『伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について』(経済産業省産業構造審議会 伝統的工芸品産業分科会のホームページ http://www.meti.go.jp/committee/summary/0002466/006_06_00.pdf/ (2016年3月31日閲覧))。
- 今田町史編纂委員会編集 (1995) 『今田町史』。
- 丹波立杭陶磁器協同組合 『丹波焼概要説明』。
- 丹波立杭陶磁器協同組合 『丹波焼 Q&A』。
- 伝統的工芸品産業振興協会のホームページ <http://kougeihin.jp/association/state/> (2016年3月31日閲覧)。
- 中島新一郎 (2011) 『丹波焼産地案内のしおり』。
- 兵庫県中小企業振興公社 (2002) 『兵庫県の地場産業』。
- やきものの郷を考える会 (2008) 『丹波立杭における地域資源の保存と活用—やきものの郷におけるフィールド・ミュージアムの形成に向けて—』地域政策研究会。

Characteristics and issues as the industrial agglomeration in traditional arts-producing regions: the Tamba pottery region as an example

Yasuhiro Sekine

Summary

In this study, I use the Tamba pottery region as an example to identify characteristics and issues pertaining to industrial agglomeration in traditional arts producing regions, from the perspective of production structure, markets and transaction structures, including local institutional factors, as well as the circumstances of apprenticeship (skills acquisition process).

It is confirmed by examinations that there is a regional diversity in the Tamba pottery region. It is characterized by local institutional factors such as an absence of both divisions of labor and local wholesale companies, resulting in regional diversity supported by each independent company's own production structure. In addition, human resource development is characterized by the use of a modern school system owing to the lack of an internal training system.

One issue is that such regional diversity weakened residents' sense of identification and belongingness, which led to a decline of traditional craft techniques as well as accumulated skills.

As a result, it is confirmed that production structure, markets, transaction structures, and local institutional factors lead to the regional diversity, that accumulated skills influence human resource development, and that image of region means valuable to the maintenance of the region.