

# 伝統産地の特性と活動についての研究

—彦根仏壇産地の事例—

大橋 松 貴

滋賀県立大学博士研究員

## 1. 問題の所在

わが国には、「地域の歴史や文化を色濃く反映し、数百年にわたって生き続ける地場の伝統的な産業の集積地(伝統産地)」が存在している(山田, 2016:183)。それらの集積地では、長い年月をかけて築き上げられた固有の有形無形の資産が存在しており、ほかの地域が模倣することは困難である。そのため、このような地域は産地の発展という観点からみて高い潜在能力があると考えられる。本稿では仏壇産業で知られる彦根仏壇産地を取り上げ、産地の特性と活動について概観する。

彦根仏壇産地で作られる仏壇は「彦根仏壇」とよばれ、その歴史は350年以上にもおよぶ。彦根仏壇のはじまりについては、諸説あるものの、一説によれば江戸時代中期ごろに塗師や武具師、細工人などの職人が仏壇屋へ転身したことであるといわれている(中村監修, 1962:111)。他産業から仏壇産業へと転身した職人たちは彦根藩の強力な庇護を受け、彦根城下町の南西部に位置する七曲がり地域で活動することで彦根仏壇産地は発展への道を辿っていった。しかしながら、近年ではライフスタイルや価値観の変化などの要因により、彦根仏壇産地における一般的な仏壇の需要は減少傾向にある。さらに、安価な海外製品の品質が向上してきているなどの要因もあいまって、彦根仏壇産地の売上はピーク時の半分程度にまで落ち込んでいる(彦根市役所, 2012:23)。しかしながら、彦根仏壇はその高い品質や技術が認められていることも事実である。実際に彦根仏壇は、わが国の仏壇業界ではじめて鹿児島県の川辺仏壇とともに伝統的工芸品の指定を受けており(上野輝将ほか6人, 2015:545)、製品としての潜在能力の高さを証明している。また、産地では近年における厳しい状況を乗り切るため、さまざまな活動を行っている。

これらの内容から、本稿では「彦根仏壇の製造プロセスおよび彦根仏壇産地におけるさまざまな活動」について明らかにすることを主たる目的とする。彦根仏壇の製造プロセスについては主に各工程の特徴を、活動については新しいデザインの仏壇(以下、創作仏壇<sup>1)</sup>)開発や産地振興に関わる活動に

ついてみていく。前者は、彦根仏壇の潜在能力(主に製造工程の側面からみた模倣困難性)について探索するものであり、後者は産地が近年における厳しい状況を打開すべくどのような活動を行っているのかについて確認するものである。

以下、本稿の構成について述べる。第2章では、クラスター概念に関する先行研究をもとに、本稿におけるクラスター概念について検討する。第3章では、彦根仏壇産地および彦根仏壇の概要についてみていく。第4章では、彦根仏壇産地で行われているさまざまな活動について確認する。第5章では、結語と今後の課題について述べる。

## 2. 本稿におけるクラスター概念の検討

クラスターとは、もともと「ぶどうの房のような『塊』」を示すものである(石倉, 2003:12)。クラスター概念の提唱者である Porter は、クラスターを「ある特定の分野に属し、相互に関連した、企業と機関からなる地理的に近接した集団」と定義している(Porter, 1998=1999:70)。

本稿では、この Porter の定義に関し、次の点について検討する。それらは、(1)特定の分野(以下、クラスターの産業分野)、(2)相互に関連した企業と機関(以下、クラスターを構成するアクター)、(3)地理的な近接(以下、クラスターの範囲)、の3点である<sup>2)</sup>。

まず、(1)のクラスターの産業分野についてみていく。金井(2003:48)が述べているように、クラスターの産業分野とは伝統的な産業分野を意味しない。彦根仏壇産地をクラスターという観点からみると、仏壇・仏具といった分野がその中心的存在ではあるものの、それ以外にも寺社仏閣・文化財の修復関係調査研究など、仏壇に関する技術をいかした活動も行っており、「仏壇を中心とした産業分野」ととらえることができる<sup>3)</sup>。

次に(2)のクラスターを構成するアクターについてみていく。Porter によれば、クラスターは当該産業に関する企業だけでなく、大学、シンクタンク、職業訓練機関、規格制定団体などの多様なアクターが含まれている場合が多い<sup>4)</sup>。ここでは、彦根仏壇

産地において仏壇の製造・販売などを行っている企業に加え、業界団体である彦根仏壇事業協同組合やNPO法人「彦根仏壇伝統工芸士会」、地元の滋賀県立大学(彦根市)など、彦根仏壇に関連するさまざまなアクターについてもクラスターを構成するアクターととらえることにする。

最後に、(3)のクラスターの範囲についてみていく。Porterはクラスターの範囲について、必ずしも行政上の区分と一致するわけではなく、さまざまな事情によって変化すると述べている<sup>5)</sup>。この点を検討するにあたり、原田(2013)の地域概念が参考になる。原田は地域という概念を「ある特定化された区画としてのコンテンツではなく、いかなる次元の区画を設定しても何らかの価値を創出するための仕掛けを示す区画であり、ある種の価値創出装置というコンテキストである」としている(原田, 2013:7)。この原田の地域概念を本稿のクラスター(彦根仏壇産地)の範囲にあてはめた場合、「彦根仏壇産地という価値を生み出している区画」という点がポイントになる。これは彦根仏壇産地がそのまま彦根市を指すものではないことを意味している。実際に彦根仏壇事業協同組合に加盟している組合員についてみてみると、その大半が彦根市で活動しているものの、近隣の米原市、長浜市、東近江市などに活動拠点を置いているものも存在する<sup>6)</sup>。これらの点を踏まえ、ここでは彦根仏壇産地(クラスター)の範囲を彦根市を中心とした(行政区分ではない)範囲ととらえることにする。

### 3. 彦根仏壇産地および彦根仏壇の概要

本章では、最初に彦根仏壇産地の特徴と現在の状況について確認したうえで、彦根仏壇について概括する。

#### 3.1 彦根仏壇産地の特徴と現状

面矢(2015)は、彦根仏壇産地の特徴について、産地における各事業体の規模の側面から述べている。それによると、彦根仏壇産地では大きく工部(仏壇の各部を作る職人)と商部(組立/販売業者)により構成されており、前者の大半は個人や従業員が5人以下の小規模経営であるのに対し、後者は個人業者はあるものの、従業員100人以上の企業が2社、50~100人以下の企業が2社存在する<sup>7)</sup>。また、彦根仏壇産地における工部と商部の勢力比は必

ずしも均衡しているわけではなく、「産地振興をめざす組合<sup>8)</sup>活動の指導権を商部がリードし、企業規模の零細な工部がそれに従うという構図がしばしば見られる」としている(面矢, 2015:3)。また、面矢(2015)は彦根仏壇産地の現状についても述べており、伝統的工芸品の仏壇製造技術に優位性がある一方で、普及品の小型低額仏壇の生産には向かないという課題を抱えていることについて指摘している<sup>9)</sup>。

#### 3.2 彦根仏壇の概要

一般に、彦根仏壇の製造は工部七職と呼ばれる職人により行われる。それに対し、仏壇店は職人が作った部品の検品や最終工程である組立作業などを行う。ここでのポイントは、職人(工部)は各自の仕事に専念する一方で、仏壇店(商部)は品質管理(検品など)を含む仏壇製造の全体的なプロセス管理を担っている<sup>10)</sup>という点である。彦根仏壇の各工程における作業期間についてみていくと、木地(60日)、宮殿(30日)、彫刻(60日)、本体塗り(30~100日)、小物塗り(15~45日)、金箔・金粉(10~45日)、金具(60日〔金メッキを含む〕)、蒔絵(10~30日)、組立(10~20日)となっている<sup>11)</sup>。ただし、実際には同時に行う工程もあるため、各工程の作業期間の和が仏壇の製造期間というわけではなく、一般的には完成に7ヵ月~1年ほど要するという点には注意が必要である<sup>12)</sup>。また、各工程の作業期間をみると、最も時間を要するのが塗装(本体塗り、小物塗り)であり、木地、金具、彫刻がそれに続いていることがわかる<sup>13)</sup>。続いて、工部七職の各工程について主に技術や材質の側面から確認する<sup>14)</sup>。

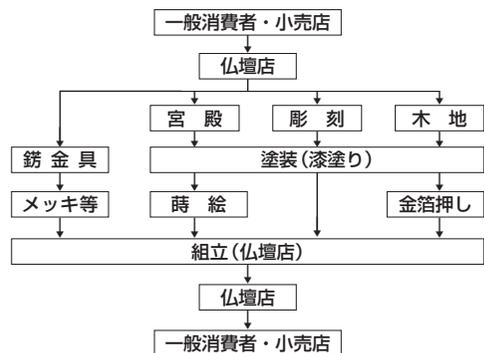


図1 彦根仏壇の製造工程

※当該図は井上仏壇店提供資料をもとに筆者が作成。

## [木地]

櫻、檜、杉などの木材を用途別に選別し、仏壇の本体を製造する工程である<sup>15)</sup>。木地の工程では設計図の役割を果たす「杖(定規ともいう、以下杖)」が必要になる<sup>16)</sup>。ここでいう杖とは「発注者の注文に応じた寸法(巾、高さ、奥行き、各部分の実寸)に物指を用いて一本の白木(2センチ角材)に墨で目盛りを打ち全体の寸法を定め」たものである(彦根仏壇事業協同組合・彦根仏壇史編纂委員会編集, 1996:3)。なお、この工程では、職人は釘を使わない「ほぞ組み」という方法で仏壇の本体を組み立てていく。次に木地の材質についてみていく。

木地の材質については、無垢材か合板(ベニヤ板)のどちらが用いられているのかという点がポイントになる。無垢材は「森林から伐採された丸太から製材して木取りした」ものであり、合板は「材木を薄く削った単板を木目が交差するよう奇数枚接着剤で貼り合わせた板」のことを指す<sup>17)</sup>。無垢材は希少価値があり、耐久性も実証済みである。それに対し、合板は多くの仏壇で使用されているものの、耐久性は未確定な部分がある。ただし、加工や塗りといった作業を行う場合には無垢材のほうが合板よりも難しいため、一概にどちらが優れているとはいえないのが現状である<sup>18)</sup>。

## [塗装(漆塗り)]

仏壇の製造工程のなかで最も工程期間が長く、重要とされているのがこの塗装(漆塗り)の工程である<sup>19)</sup>。ここでは、塗装工程について確認したうえで、代表的な塗料である漆と仏壇との関係について概観する。

塗装工程については、大きく天然漆手塗りと樹脂塗料のスプレー吹き塗装(以下、スプレー塗装)に分類される。前者は漆の木から採取した天然漆(100%)を使用するのに対し、後者は天然(カシュー)または化学(ウレタンなど)樹脂を成分とした塗料をシンナーで薄めて使用する工程である。天然漆塗りは、スプレー塗装に比べ高度な技術が必要であり、深みのある色艶が特徴でもあることから価値が高い<sup>20)</sup>。

次に、漆と仏壇との関係についてみていく。三田村によれば、漆とは「漆科植物(Anacardiaceae)内のうるし属植物に傷をつけた際に、にじみ出る樹液」のことを指す(三田村, 2005:39)<sup>21)</sup>。わが国で

は、漆は古来から塗料や接着剤として用いられており、その芸術性や実用性という側面から高い評価を受けてきた物質である。そのため、彦根仏壇産地においても伝統的工芸品<sup>22)</sup>や彦根仏壇組合格壇<sup>23)</sup>については天然漆手塗りであることが必要要件であるとされている<sup>24)</sup>。

## [金箔押し]

金箔押しの工程では、職人が3寸6分(約119cm<sup>2</sup>)と4寸2分(約147cm<sup>2</sup>)の金箔を1枚ずつ箔押し漆のうえに押しつけ、張り合わせていく<sup>25)</sup>。また、小物については、カミソリ(日本カミソリ〔通称、漆師小刀〕)で切り、竹製のピンセットで押しつける(長谷川嘉和, 2012:319)。彦根仏壇を製造する場合、仏壇1本に、1,000枚以上もの金箔が使用される<sup>26)</sup>。次に、金箔押しの工程についてみていく。金箔押しの工程は、大きく「天然漆での金箔押し」と「代用液での金箔押し」に分類される。前者は金箔押し用の天然漆を使用するのに対し、後者は代用液を使用する。また、天然漆を用いて金箔押しの工程を行うには、漆の調合やふき取りなどの点で高度な技術を必要とする。そのため、希少価値が高く、主に高級仏壇を製造する際に行われる工程である。一方、代用液を用いた金箔押しは比較的手軽に行うことができ、量産仏壇を製造する際に行われる工程である。なお、金箔押し工程と金箔との関係についてみると、天然漆での金箔押し工程は縁付け金箔と相性が良く、代用液を用いた金箔押し工程は断ち切り金箔<sup>27)</sup>と相性が良い<sup>28)</sup>。

## [金具〔鋳金具〕・メッキ]

真鍮、銅、銀などを用いて彫金(手彫りや手加工)により、仏壇の装飾金具を造る工程である<sup>29)</sup>。ここでは、彦根仏壇に用いられる金具の種類について確認する。彦根仏壇に用いられる金具は、手彫り金具、電気鋳造金具(以下、電鋳)、プレス金具がある。手彫り金具とは「仏壇木地を採寸し、それに合わせて、人の手で、真鍮や銅の地金に鑿(たがね)を金槌で打って、彫りや模様を入れた金具」のことである<sup>30)</sup>。電鋳とは「優れた手彫り金具(主に地彫り金具<sup>31)</sup>)を基型にして、塩化ビニール樹脂で型を取り、電気溶解した銅をそこに付着させることによって造られる金具」のことである<sup>32)</sup>。そして、プレス金具とは「優れた手彫り金具(主に手彫り金

具、鋤彫り金具、透かし金具)を基型にして、金型を作り金属では比較的やわらかい銅地金に5~6回に分けて、70~300トンの圧力をかけて造られた金具」のことである<sup>33)</sup>。

メッキについては、一般的に金メッキ(艶有)と消し金メッキ(艶を消したもの)があり、現在では消し金メッキを使用することが多くなってきている<sup>34)</sup>。

#### [蒔絵]

彦根仏壇の蒔絵はその豪華さが特徴であるとされている。蒔絵の工程は、最初に硫おうまたは漆を用いて下絵の図柄を描く。次に下盛りや漆を塗りこむことで調整し、金粉などを蒔く。そしてそのうえに青貝を入れたり、研いだり、磨いたりすることで仕上げの線を描いていく<sup>35)</sup>。次に、蒔絵の技法について確認する。仏壇に用いられる蒔絵の技法は、一般的に印刷蒔絵と手描き蒔絵に大別される。前者はシルクスクリーン印刷によるもので、同じ絵を印刷することができる技法である。この技法は主に安価な仏壇に用いられていることが多い<sup>36)</sup>。後者は「蒔絵用筆を使って漆で絵を描き、その漆が乾く間に金粉をその上に蒔いて絵を表現する技法」である<sup>37)</sup>。さらに、手描き蒔絵は磨き蒔絵と消し蒔絵に分類される。磨き蒔絵とは絵を描いたあとに生漆を塗り、艶を出す技法のことである。この技法の特徴は、漆の膜ができるため、こすってもはげない点や金粉の色に深みが出る点などがあげられる。消し蒔絵とは、絵を描いたままで仕上げる技法のことである。この技法の特徴は、磨き蒔絵とは異なり、漆の膜ができないので、こするとはげしてしまう点や、比較的安価で絵を描けるという点などがあげられる<sup>38)</sup>。なお、蒔絵の工程は仏壇の完成に近い段階で行われ、大掛かりな乾燥を必要とせず、作業期間はほかの工程に比べ比較的短い<sup>39)</sup>。

#### [宮殿]

宮殿とは、小さな木片を膠付けし、屋根や柱を造る工程である<sup>40)</sup>。仏壇の宮殿は、御堂造りと通り屋根に分類される。前者は、三方向を立体に形作るのに対し、後者は一方向のみを作る技法である。この工程は、細かい部品を組み立てていくため、ミリ単位の精度が必要とされる<sup>41)</sup>。そのため、木地の工程と同様に釘を使わない「ほぞ組み」という方法で組み立てられており、仏壇を洗濯する際に塗り直しや

金箔直しができるように分解可能な構造になっている<sup>42)</sup>。また、宮殿の金箔を押す部分については、安価な仏壇の場合は正面に、高価な仏壇の場合は正面に加え、側面にも金箔押しの作業を施す。そして、さらに高級な仏壇になると、宮殿に黒の艶消し漆を塗り、三方に金箔を押すという作業が行われる。なお、近年では、外国産(主に中国)のものが多くなってきており、塗装や金箔押しの工程を経たものまで輸入されている。ただし、これらの製品は安価ではあるものの、国産のものに比べ精密さの点で、劣っているとされる<sup>43)</sup>。

#### [彫刻]

この工程では、仏壇の装飾部にのみや小刀を用いてさまざまな図柄(花、羅漢、天人、菩薩など)のデザインを彫り上げていく<sup>44)</sup>。彫刻師は、下絵を描き、それをもとに植物や動物などの立体物を彫るという作業を行う。また、仏壇の彫り方には、丸彫り、重ね彫り、付け立ち彫りといったものがある。丸彫りは「1枚の素材で彫り上げる彫り方」である<sup>45)</sup>。重ね彫りは「地板(上彫の台になる彫刻)と上彫の二重に重ねて彫り上げる彫り方」である<sup>46)</sup>。付け立ち彫りは「地板と上彫の間につけ台を付けて空間を作り彫り上げる彫り方」である<sup>47)</sup>。彫刻の工程については、1970年代は樹脂による型抜きのものが出はじめ、1980年代になると海外(主に台湾・韓国)の木彫刻が輸入されるようになり、現在でも海外製彫刻(主に中国)が主流になっている。そのため、仏壇製造において最も危機的状況にある工程である<sup>48)</sup>。

本節では、主に彦根仏壇の製造プロセスについて各工程の特徴を中心にみてきた。それによると、彦根仏壇はその製造プロセスにおいて分業制が発達しており、各工程についても高度な技術や高い品質を維持していることがうかがえる。これらのことから、製造工程の側面からみると、彦根仏壇は模倣困難性の高い製品であると考えられる。

## 4. 彦根仏壇産地における諸活動

本章では、彦根仏壇産地で行われてきたさまざまな活動(創作仏壇のデザイン開発、産地振興関連)について面矢(2005, 2015)を中心に概観する。

#### 4.1 創作仏壇のデザイン開発

本節では、彦根仏壇産地における創作仏壇のデザイン開発のきっかけと、その歴史の変遷について確認する。彦根仏壇産地における創作仏壇のデザイン開発については、以前はそれほど積極的に行われてきたわけではなかった。その理由について、面矢は「デザインと伝統工芸の関わりからは、個々の製品をデザインすることよりも、その製品を生み出す基盤としての産地体質の改善（いわば産地そのもののデザイン）こそが優先されるべきと考えたからである」と述べている（面矢，2005:77）<sup>49）</sup>。

面矢（2005）によれば、彦根仏壇産地において創作仏壇のデザイン開発がなされるようになったのは2004年からである。そのきっかけは、彦根仏壇事業協同組合の新商品新技術開発委員会が研究テーマに創作仏壇の開発を選択したことや、さまざまな助成申請が採択されたこと、などがある<sup>50）</sup>。

この創作仏壇プロジェクトは、大きく学生プロジェクトと創作仏壇の開発プロジェクトに分類される。学生プロジェクトについては、学生が仏壇の制作技術を知るために七曲がりの職人工房を訪問することからはじまった。そして、学生達はそのような活動を行ったうえで、仏壇そのもののデザイン（ハード提案）と仏壇のあり方やサービス（ソフト提案）を彦根仏壇事業協同組合の人々に対し、プレゼンテーションした。仏壇そのもののデザインについては、卓上における小型のもの、形状可変の積み木のような極小の仏壇、ポータブルな位牌ケース、液晶画面を利用した仮想的仏壇などが提案された。また、仏壇の売り方やサービスについては、彦根仏壇事業協同組合のホームページのリ・デザインや七曲がりの産業観光を意識したパンフレットなどが提案された<sup>51）</sup>。

一方、創作仏壇の開発プロジェクトについては、「なぜ、どんなとき仏壇が売れるのか。それが創作デザインであることの意味は。業界内での彦根のポジションと創作を出すことの意義は。また、創作仏壇の市場性はどの程度あるのか」など、コンセプトづくりに多くの時間が費やされた（面矢，2005:77;2015:8-9）。このように、同プロジェクトでは、コンセプトづくりに多くの時間を費やしつつ、仏壇業界内外の関連情報、各地で実施されている創作仏壇のデザインに関する情報などを収集し、彦根以外他産地の状況調査や東京市場での消費者アンケートなどの活動についても行っていた。そして、

開発チームが最終的に提示した創作仏壇のデザインおよびCG表現を担当したのは滋賀県立大学の大学院生（当時）であり、このデザインは組合共有のものとなっている（面矢，2005:78;2015:9）<sup>52）</sup>。

その後、彦根仏壇産地では、現在に至るまでさまざまな創作仏壇（新デザインの開発）の活動が行われている。ここでは、それらの活動について面矢（2015）の記述をもとに確認する。

面矢（2015）は虹の匠研究会（詳細は次節に記載）をきっかけに、彦根仏壇の技術を活用した新商品の開発に向けての動きが起ころいはじめたと述べている。その試みが、2000年に広報された4種類の木製・漆塗りのカバン<sup>53）</sup>である。その後も、2003年にはジャガーグリーン<sup>54）</sup>の仏壇、2005年には電動昇降装置付仏壇<sup>55）</sup>など、さまざまな創作仏壇が開発されている。そして、2010年代に入ると、仏壇の製造技術を使った新商品を開発する若手グループ「柒+」<sup>56）</sup>が誕生し、メンバーによるさまざまなスタイルの仏壇が現在にいたるまで開発されている。

#### 4.2 産地振興に関する活動

本節では、主に彦根仏壇産地における産地振興に関わるさまざまな活動について確認する。ここでは、主に(1)虹の匠研究会、(2)彦根仏壇展と工芸技術コンクール、(3)全国伝統的工芸品仏壇仏具展、を取り上げる。

(1)の虹の匠研究会とは滋賀県内のデザイナー団体（デザインフォーラム shiga、略称 DFS）数名と彦根仏壇事業協同組合の代表者数名で構成されたものであり、「現状の仏壇産業の抱える問題点の抽出、デザインによるその解決策の検討など」を目的にしている（面矢，2015:5）<sup>57）</sup>。面矢（2005, 2015）はこの研究会をきっかけに行われた彦根仏壇の技術を活用した新商品開発について触れている。新商品のアイテムには前述したようにカバンが選ばれ、彦根仏壇事業協同組合青年部と滋賀県工業技術総合センターのデザイナーによりデザインおよび試作が行われた<sup>58）</sup>。面矢はこの活動について「彦根産地のもつ潜在的な技術が仏壇以外の分野でも展開できる可能性は示せたと思う」と述べている（面矢，2005:74）。

(2)の彦根仏壇展とは、彦根市内のショッピングセンターで行われるイベントのことである。面矢（2005, 2015）は仏壇の展示に加え、仏壇技術の体験教室などが行われていることの重要性と意義について

て述べている。また、彦根仏壇事業協同組合員の工芸技術コンクールとは、仏壇技術の継承と若手育成のために毎年行われているものである<sup>59)</sup>。このイベントでは、伝統工芸部門と創作部門に分かれて作品を募集し、審査が行われる。自身も作品の審査員として参加している面矢は、伝統工芸部門は例年すばらしい作品が出てくるものの、創作部門の応募者は苦しんでいるようにみえたとし、「仏壇の職人に仏壇以外の製品の創作、つまりデザインまでを求めるのはやはり難しいのだろう」と、その原因を指摘している(面矢, 2005:75)。ただし、仏壇とは関係のない商品分野として可能性を感じさせる作品にも出会うことがあり、彦根仏壇産地にデザインセンスの優れた職人がいることを知ったということについても述べている<sup>60)</sup>。

(3)は、2003年に彦根仏壇産地で開催されたイベント<sup>61)</sup>である。このイベントを開催するにあたり、デザイナーが企画委員会で主張したことは、これまで業界内でのイベントであったものを一般消費者にも来てもらえるようなものにしたい、ということであった<sup>62)</sup>。そして、このイベントでは伝統工芸品としての仏壇を並べることに加え、それ以外の一般製品も並べ、商談を進めることが必要であるとの主張もなされた。このイベントの総来場者数は5,300人にもものほり、面矢は「まずは大成功といっていだろう」と述べている(面矢, 2005:76)。

そのほかにも彦根仏壇産地では、文化財・寺社仏閣・海外市場調査<sup>63)</sup>や七曲がりフェスタ<sup>64)</sup>、曳山ミニチュア製作<sup>65)</sup>など、さまざまな産地振興活動が行われている。

## 5. 結語と今後の課題

本稿<sup>66)</sup>では、仏壇産地で知られる彦根仏壇産地を調査対象とし、産地の概要やそで行われているさまざまな活動について概観した。最初に、彦根仏壇産地を学術的な視点からとらえるため、クラスター概念に関する先行研究をレビューした。ここでは、クラスターを「ある特定の分野に属し、相互に関連した、企業と機関からなる地理的に近接した集団」であるとする Porter (1998-1999:70) の定義にしたがい、金井(2003)の議論を参考に(1)クラスターの産業分野、(2)クラスターを構成するアクター、(3)クラスターの範囲、の観点から彦根仏壇産地との関係性について検討した。

次に、彦根仏壇産地の特徴と現在の状況について確認し、彦根仏壇の製造工程について概観した。産地の特徴や現在の状況については面矢(2015)をもとに、産地は主に仏壇の各部を作る職人集団である工部と組立や販売を担う商部により構成されていることや、それぞれの事業規模・パワー関係、産地としての強みや抱えている課題などについて確認した。彦根仏壇の製造工程については、彦根仏壇産地に活動拠点を置く井上仏壇店から提供された資料を中心に、各種文献、HPなどをも用いつつ概観した。ここでは製造期間や主に技術や材質の側面から各工程の特徴について確認した。また、彦根仏壇産地で行われてきた創作仏壇のデザイン開発や産地振興に関わる活動についても取り上げた。前者では、主に産地における創作仏壇のデザイン開発のきっかけや、その歴史的変遷について確認した。後者では、主に虹の匠研究会、彦根仏壇展と工芸技術コンクール、全国伝統的工芸品仏壇仏具展について確認した。

最後に、本稿で残された課題について述べる。本稿では彦根仏壇産地の概要やそで行われているさまざまな活動について概観してきたが、産地を構成するさまざまなアクターについては取り上げていない。そのため、今後は彦根仏壇産地で活動しているアクターを把握し、その活動内容について研究を進めていく必要があると考える。

## 注

- 1) 面矢(2005:77)。
- 2) このようなクラスター概念に関する議論については金井(2003:47-52)を参考にした。
- 3) この点については、金井も「クラスターは先進的産業のみならず、ワインや住宅のような伝統的産業を中核に形成することも可能である」と述べている(金井, 2003:48)。なお、ここでの記述は彦根仏壇事業協同組合『平成23年度 地場産業新戦略補助事業実施報告書』(pp.1-7)を参照したものである。
- 4) Porter (1998=1999:70)。
- 5) Porter (1998=1999:77-8, 114)。
- 6) 彦根仏壇事業協同組合 HP「組合員一覧 | 彦根仏壇事業協同組合」(<http://hikone-but Sudan.net/member/>, 2017年3月4日閲覧)。同組合のHPによると、組合員の内訳は、彦根市が29ヶ所、米原市が4ヶ所、東近江市が2ヶ所、長浜市が1ヶ所、

犬上郡が1ヶ所、愛知郡が1ヶ所となっている(彦根仏壇事業協同組合HP「組合員一覧 | 彦根仏壇事業協同組合」: <http://hikone-but Sudan.net/member/>, 2017年3月4日閲覧)。

- 7) 面矢(2015:3)。なお、面矢(2015)はCD-ROM媒体であるため、ページは記載されていないが、本稿では便宜上、面矢(2015)の論文の中でのページを表記している。
- 8) ここでいう組合とは「彦根仏壇事業協同組合」のことを指している(面矢, 2015:3)。
- 9) 面矢(2015:4)。
- 10) 柴田(2016:170-1)。また、柴田(2016)は、この点について「仏壇問屋」と表現しているのに対し、本稿では「仏壇店」と表記しているが、その内包的意味は同じである。
- 11) 『失敗しない仏壇選び』(p.9)。ただし、ここで提示した各工程の製造期間は、彦根仏壇産地に活動拠点を置く井上仏壇店・(株)井上(以下、井上仏壇店)が手がけたものであり、かつ期間自体についても大まかなものである点には注意が必要である。
- 12) 『失敗しない仏壇選び』(p.9)。
- 13) ここで、彦根仏壇の洗濯とよばれる修復作業についても確認しておく。彦根仏壇産地で活動している井上仏壇店が仏壇を洗濯する場合、仏壇の洗濯期間はおおよそ3~4ヵ月程度である(『失敗しない仏壇の洗濯』p.6)。その場合、各工程における具体的な洗濯期間は以下の通りである。分解・洗浄・乾燥(約15日)、木地直し(約15~30日)、宮殿・彫刻直し(約15日)、本体塗り(約30~100日)、小物塗り(約15~30日)、金箔・金粉(約10~30日)、金具(=修理と金メッキ、約30~45日)、蒔絵(約10~30日)、組立(約10~20日)(『失敗しない仏壇の洗濯』p.6)。なお、これらの工程についても、製造と同様に同時進行するものもあるため、単純に各工程期間の和が完成期間にはならない点には注意が必要である(『失敗しない仏壇の洗濯』p.6)。

また、同店が手がけた場合の仏壇の洗濯価格の職種別内訳については以下の通りである。仏壇分解・掃除(2.9%)、宮殿・彫刻修理(材料・手間、2.5%)、木地交換・修理(材料・手間、4.6%)、塗り(宮殿、彫刻などの小物の塗りも含む、36.0%)、金箔・金粉(材料・手間、28.0%)、金具修理(材料・手間・メッキ等、8.1%)、蒔絵(材料・手間、3.7%)、組立(材料・手間・運搬等、12.0%)、仏具修理(分解・洗い・

塗り・金箔・組立、2.2%)(『失敗しない仏壇の洗濯』p.5)。ただし、これらのデータについては、大まかなものであり、実際には仏壇の状態や洗濯の仕上げ方、宗派などにより変動する点には注意が必要である(『失敗しない仏壇の洗濯』p.6)。

- 14) 組立工程については、本章ですでに述べているため、ここでは「工部七職の各工程」について記述している点には注意が必要である。
- 15) 2018年1月22日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「木地の工程について」ほか)。
- 16) 2018年2月25日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「杖について」ほか)。
- 17) 『失敗しない仏壇選び』(p.10)。
- 18) 『失敗しない仏壇選び』(p.10)。
- 19) 2018年1月22日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「塗装(漆塗り)の工程について」ほか)。
- 20) 『失敗しない仏壇選び』(p.12)。
- 21) なお、漆の学名である“Anacardiaceae”は「ana(似る)とcardiac(心臓)が合わさった言葉で、種が心臓の形に似ているので付いた名である」(三田村, 2005:40)。
- 22) 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』(昭和四十九年五月二十五日公布)にもとづいて指定されるもので、①主として日常生活に使われるもの、②製造過程の主要部分が手作り、③伝統的技術または技法によって製造、④伝統的に使用されてきた原材料、⑤一定の地域で産地を形成、という五つの要件を満たすことが条件」となっている(上野輝将ほか6人, 2015:544-5)。このような条件に対し、彦根仏壇は「①西日本一帯の仏教信者の日常生活に使用されていること、②木地、宮殿、彫刻、鍍金具、塗り、金箔押し、蒔絵の七職の分業と協業から組み立てられており、ほとんどが手工業生産であること、③木地の「柄組」による重ね組立式、宮殿の「竹ひご」による拵組み、木目出し塗り、金箔押しの艶消し押しなど、伝統的技術・技法が多用されていること、④檜、松、杉、樺、センノキなどの用材を使用し、漆は天然漆、金箔および金粉は純度九十四・二四%のものを伝統的に使用していること、⑤彦根市および米原町(現米原市)でまとまった産地を形成していること」から伝統的工芸品の指定を受けた(上野輝将ほか6人, 2015:545)。

- 23) 彦根仏壇組合合格壇とは伝統的工芸品の基準を少しゆるめたものであり、彦根仏壇事業協同組合が決めた基準で手造りした仏壇のことを指す(『失敗しない仏壇選び』 p.5)。
- 24) 『失敗しない仏壇選び』(p.13)。
- 25) 2018年1月22日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「金箔押し」の工程について」ほか)。
- 26) 彦根仏壇事業協同組合 HP「お仏壇ができるまで」彦根仏壇事業協同組合( <http://hikone-butsudan.net/flow/>, 2017年3月4日閲覧)。
- 27) ここで、仏壇に用いられる金箔の違いについて確認しておく。仏壇に用いられる金箔は、縁付け金箔(手造り金箔)と断ち切り金箔(量産金箔)に分類される。前者は「手すきの雁皮紙を約半年間の手間暇をかけて仕込んだものを金箔打ち紙に用いるという、古来よりの製法で造られた純金箔」であり、後者は「特殊カーボンを塗布した硫酸紙(グラシン紙)を金箔打ち紙に用いて造られる純金箔」のことを指す。縁付け金箔を用いた工程は、高度な技術が必要であり、断ち切り金箔と比べ、工程数は約10倍、作業時間は約5倍、工賃は約7倍もの差がある。また、縁付け金箔は断ち切り金箔と比べ、金箔一枚あたりの単価も高く、主に高級仏壇に使用される。一方、断ち切り金箔は、金箔一枚あたりの単価が縁付け金箔よりも安いこともあり、主に量産仏壇に使用される(『失敗しない仏壇選び』 pp.14-5)。
- 28) 『失敗しない仏壇選び』(p.17)。
- 29) 2018年1月22日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「金具(銕金具)の工程について」ほか)。
- 30) 『失敗しない仏壇選び』(p.19)。
- 31) 地彫り金具は、手間がかかり、高度な技術を要する希少金具である。そのため、現在では高級仏壇にしか用いられていない(『失敗しない仏壇選び』 p.20)。
- 32) 『失敗しない仏壇選び』(p.19)。
- 33) 『失敗しない仏壇選び』(p.19)。ここで、それぞれの金具の長所と短所について確認しておく。手彫り金具の長所はどのような模様や寸法でも造ることができる点や、手造りならではの風合いがある点などである。一方、短所は手造りのため、精巧さや緻密さに欠ける点などである。電鑄の長所は、立体感のある金具の製造に適している点や、優れた金具とまったく同じ金具を安価で安定した数量を製造できる点などにある。短所は基型とまったく同じものしか造れないため、木巾と合わない場合がある点である。プレス金具の長所は、平面的な金具の製造に適している点や、電鑄と同様に優れた金具とまったく同じ金具を安価で安定した数量製造できる点などにある。短所については電鑄と同じである。なお、手彫り金具は伝統的工芸品や彦根仏壇組合合格壇に、電鑄やプレス金具はほとんどの仏壇に使用されている(『失敗しない仏壇選び』 pp.19-20)。
- 34) 『失敗しない仏壇選び』(p.20)。なお、消し金メッキには、安価なものからニス消し金メッキ、ブラシ消し金メッキ、本消し金メッキがある(『失敗しない仏壇選び』 p.20)。
- 35) 2018年1月22日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「蒔絵の工程について」ほか)。
- 36) 『失敗しない仏壇選び』(p.21)。
- 37) 『失敗しない仏壇選び』(p.21)。
- 38) 『失敗しない仏壇選び』(p.21)。
- 39) 2018年1月22日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「蒔絵の工程について」ほか)。
- 40) 2018年1月22日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「宮殿の工程について」ほか)。
- 41) 『失敗しない仏壇選び』(p.23)。
- 42) 2018年2月25日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「宮殿の工程と構造について」ほか)。
- 43) 『失敗しない仏壇選び』(p.23)。
- 44) 2018年1月22日、井上昌一(井上仏壇店代表)への聞き取りによる(150分、「彫刻の工程について」ほか)。
- 45) 『失敗しない仏壇選び』(p.24)。
- 46) 『失敗しない仏壇選び』(p.24)。
- 47) 『失敗しない仏壇選び』(p.24)。
- 48) 『失敗しない仏壇選び』(p.24)。
- 49) この点について面矢は「さらに、新しいモダンな仏壇のデザインを考えても、売れる保証はない。簡単には手が出しにくい課題だったために後回しにしてきたのも事実だろう」と述べている(面矢, 2005:77, 2015:8)。
- 50) 面矢(2005:77)。
- 51) 面矢(2005:77-8, 2015:8)。
- 52) 面矢(2005:77-8, 2015:9)。なお、最終的なデザイン案

- は「東京市場を強く意識したやや小型、一見モダン外観の(しかし、その内部は伝統意匠で高密度に加飾された)独特なもの」となった(面矢, 2005:78)。
- 53) これら4種類のカバンとは、「カート付きの車輪付き型、化粧箱にもなる手提げ型、脇に抱えるクラッチバッグ型、手提げと肩掛けの兼用型」のことである(面矢, 2015:6)。
- 54) この仏壇は職人だけの力で現代に合う仏壇をつくる、というコンセプトのもと、開発された(『読売新聞』2004年2月14日付、『DADA Journal』2004.1.11. 上旬 vol.338)。なお、ジャガーグリーンとは名車ジャガーの基本色であり、英国のナショナルカラーである(『DADA Journal』2004.1.11. 上旬 vol.338)。
- 55) この製品は、仏壇部分を電動で収納できるものであり、「第十八回全国伝統的工芸品仏壇仏具展」で近畿経済産業局長賞を受賞している(『中外日報新聞』2005年7月28日付)。
- 56) このグループは、滋賀県中小企業団体中央会の「ものづくり感性価値向上支援プロジェクト」に参加した彦根仏壇事業協同組合青年部(当時)の有志により構成されている(2018年2月25日、井上昌一〔井上仏壇店代表〕への聞き取りによる〔150分、『栄+』について〕ほか)。
- 57) なお、会の名称は仏壇の七職と七色の虹をかけて名づけられている(面矢, 2015:5)。
- 58) 面矢(2005:74)。
- 59) 面矢(2005:74-5, 2015:6)。
- 60) 面矢(2005:75)。
- 61) このイベントでは、5つの催しが行われた。それぞれの催しの概要については以下の通りである。第17回全国伝統的仏壇仏具展(仏前結婚式／伝統工芸体験コーナー／伝統工芸士の実演／青年部サミット、会場：滋賀県立文化産業交流会館)、彦根仏壇展(第22回くらしの中の「彦根仏壇展」／彦根仏壇工芸技術コンクール作品展／「祈りの風景」フォトコンテスト作品展、会場：滋賀県立文化産業交流会館)、七曲がりフェア(仏画展／「祈りの風景」フォトコンテスト作品展／高僧の墨蹟日暦と工芸色紙展、会場：彦根市七曲がり彦根仏壇総合センター)、記念講演会(会場：ひこね市文化プラザ)、淡海の匠展(第8回滋賀県伝統的工芸品展／彦根地場産業展、会場：滋賀県立文化産業交流会館)(『第17回 全国伝統的工芸品仏壇仏具展 座@BUTSUDAN 心の豊かさ—コミュニケーションメディアとしての仏壇—〔チラシ〕)。なお、これらの催しはすべて彦根市で行われたわけではなく、米原市でも行われていた点には注意が必要である。
- 62) 面矢(2005:76, 2015:7)。
- 63) 彦根仏壇事業協同組合『平成23年度 地場産業新戦略補助事業実施報告書』(pp.1-8)。
- 64) このイベントは、仏壇関係者が集まる七曲がり地域を会場とし、一般の集客を目的に行われているものである。
- 65) これは、大津曳山ミニチュア製作プロジェクトという彦根仏壇の伝統工芸の継承と後継者の育成を目的に発足したものである(「経済産業大臣指定伝統的工芸品彦根仏壇 大津曳山ミニチュア製作プロジェクト」〔チラシ〕)。
- 66) 本稿では、彦根仏壇産地に関する先行研究をもとに記述した部分はあるものの、それ自体については取り上げていない。ただし、近年の彦根仏壇産地に関する研究として柴田(2016)があるため、ここではその研究について確認しておく。
- 柴田(2016)は、「なぜ伝統産業では、創業者一族が経営を支配する同族企業が代を重ね、長寿企業として現代まで存続しているのだろうか」(柴田, 2016:167)という問題意識をもち、彦根仏壇産地における仏壇問屋を中心としたビジネスシステムを、経営伝承と技能伝承という観点から分析した。
- 柴田は、彦根仏壇産地における仏壇問屋のビジネスシステムの全体像についてまとめ、その特徴として、次の4点を指摘した。(1)彦根仏壇の生産が垂直分業体制であること。(2)「経営と技能」が分離し、仏壇問屋が品質管理を含めた取引ガバナンス機能を備えていること。(3)仏壇問屋は各職能につき、数人の職人と長期継続的な取引関係を構築していること。(4)各職人は、比較的自由に仏壇以外の仕事を行うことができること(柴田, 2016:170-1)。
- 柴田は、このように彦根仏壇産地における仏壇問屋のビジネスシステムの全体像について確認したうえで、経営伝承システムについて分析し、以下の4点を抽出している。(1)経営の伝承は、基本的に血縁にもとづく同族企業を中心に行われていること。(2)経営の伝承は長子以外の兄弟が担うことがあること。(3)経営を継承しなかった兄弟でも、経営の意思や能力がある場合、次々と独立し、スピノフが行われることがあること。(4)スピノフした企業は、

仏壇産業全体の活性化に寄与することに加え、血縁が途絶えるリスクを軽減させていること(柴田, 2016:173)。柴田はこれら4点について永楽屋の事例をもとに指摘している(柴田, 2016:171-2)。

次に、柴田は彦根仏壇産業における技能伝承のビジネスシステムについて大きく仏壇問屋と職人との取引関係および工部七職それぞれの職能内(職人家族)という2つの視点から理解する必要があると述べている(柴田, 2016:174)。

まず、仏壇問屋と職人との取引関係については、長期継続的取引が複数の職人との間で行われている理由について次の2点を指摘している。(1)取引関係にある職人を複数にすることにより、職人の早世や、取引条件に関する交渉力の不自然な強化といったリスクを分散・回避するため。(2)職人間の競争力を働かせるため(柴田, 2016:174-5)。また、複数ではあるものの、2~3人という少数の職人に限定している理由については、次のようなことを指摘している。取引関係にある職人は、仏壇問屋と長年の付き合いがあり、その仏壇問屋のデザイン・コンセプトを理解している。そのため、仏壇問屋は取引関係にある職人を少数にすることで不必要な「営業上の秘匿」の流出を回避している。そして、仏壇問屋にとってそのような職人は貴重であるため、仏壇の需要が極端に減少しても、職人に仕事を回し、彼らの生活を支えることが出来るようにそのような人数に抑えられているのである(柴田, 2016:175-6)。

一方、工部七職の職能内における技能伝承システムについては、最小単位が職人家族であり、それをもとに単能工を育成するという点に特徴がみられるとしている(柴田, 2016:177)。

このように、柴田(2016)は彦根仏壇産業の事例を通して、伝統産業のビジネスシステムには、家族的経営のメリットがいかにされている一方、デメリットを抑制する合理的なシステムが存在していることを指摘している。

## 参考文献

石倉洋子, 2003, 「今なぜ産業クラスターなのか」石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗著『日本の産業クラスター戦略——地域における競争優位の確立——』有斐閣, pp.1-41。  
上野輝将ほか6人, 2015, 『新修 彦根市史 第4巻 通

史編 現代』彦根市。

面矢慎介, 2005, 「彦根仏壇組合との10年——デザイン・伝統産業・大学——」滋賀県立大学人間文化学部研究報告『人間文化』Vol.18, pp.73-8。

———, 2015, 「彦根仏壇産業の歴史と現在」Bulletin of Asia Design Culture Society ISSUE NO.9 ORIGINAL ARTICLES NO.2015JT007 Accepted March11, 2015 [CD-ROM]。

金井一頼, 2003, 「クラスター理論の検討と再構成」石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗著『日本の産業クラスター戦略——地域における競争優位の確立——』有斐閣, pp.43-73。

柴田淳郎, 2016, 「経営と技能伝承のビジネスシステム 彦根仏壇産業の制度的叡知」加護野忠男・山田幸三編『日本のビジネスシステム——その原理と革新——』有斐閣, pp.167-82。

中村勝直監修, 1962, 『彦根市史 中冊』彦根市役所。

原田保, 2013, 「地域デザインの戦略的展開に向けた分析視角——生活価値発現のための地域のコンテクスト活用——」地域デザイン学会誌『地域デザイン』第1号, pp.7-15。

彦根市史編集委員会編集, 2012, 『新修 彦根市史 第11巻 民俗編』彦根市。

彦根市役所, 2012, 『風格と魅力ある都市 彦根』〔彦根市勢要覧〕。

彦根仏壇事業協同組合・彦根仏壇史編纂委員会編集, 1996, 『淡海の手仕事——通商産業大臣指定・伝統的工芸品 彦根仏壇——』〈伝統的工芸品産地指定二十周年記念誌〉彦根仏壇事業協同組合。

三田村有純, 2005, 『漆とジャパン——美の謎を追う』里文出版。

山田幸三, 2016, 「集積のなかでの切磋琢磨 競争を支える協働と工程別分業」加護野忠男・山田幸三編『日本のビジネスシステム——その原理と革新——』有斐閣, pp.183-206。

Porter, M.E., 1998, *On Competition*, Harvard Business School Press (=1999, 竹内弘高訳『競争戦略論II』ダイヤモンド社)。