

# 松本市における白樺工芸品の家内労働者

— 家内労働の性格と工賃決定に関する一資料 —

高 梨 昌  
相 原 軍 治

## はじめに

日本の産業・就業構造の特質は、小零細経営が数多く存在し、これらが他方での近代的大規模経営と密接な関連をもちながら同時に併存し、日本経済の発展にとって必要不可欠な経済的基盤となってきた、という点にあった。

ところが、こうしたいわゆる経済の「二重構造」は、昭和30年代の高度かつ急激な資本蓄積の進展過程で急速に解体傾向をみせはじめ、小零細経営の階層分解が進み、その存立条件が大きく変化してきた。その結果、小零細経営の経営基盤は、ますます不安定になり、日本経済に占める地位は、相対的にも、絶対的にも低下しながら「二重構造」の再編成が進んできた。

もちろん、かといって、すべての小零細経営が、あらゆる産業分野で、近代的大規模経営によって駆逐・整理・淘汰されたわけではない。これらが、今日でも、根強く残存し続けてきていることは、諸資料によって数量的に検証することは容易である。だが、たとえ、数量的に残存を検証できたとしても、それだけでは無内容である。数多く存在し続けている小零細経営の存立条件にしる、これらの経営の性格にしる、従来とは大きく変質してきていることは、否定しがたい事実であるから、このことを具体的事実即して明らかにしなければ、この課題を十分に解明したことにはならない。

つまり、こうした日本経済の「二重構造」の解体・再編成が、昭和30年代における産業構造高度化の過程でどのような方向で、かつかいかなる具体的形態をとりながら進んできているかを、事実発見し、資料整理を行なっておくことは、日本の社会科学の発展にとって不可欠な基礎的作業だからである。

われわれは、すでに、日本の中小零細企業問題解明のための理論仮説を定立し、いくつかの実態調査研究によって、仮説の検証を行なってきた。そして実証研究の結果は、それぞれの機会に発表してきた。ところがわれわれが行なってきた中小零細企業<sup>(注1)</sup>についての実態調査研究は、主として、大工業地帯をフィールドとし、しかも金属・機械器具工業のいわゆる「下請制」下におかれた「中小」工業が中心であった。また、零細経営に関する調査にしても、大都市地域内のそれに限られ、しかも部分的事例にとどまっていた。

いうまでもなく、零細経営のうちでも零細工業経営は、大都市地域に限られず、日本の中小都市・農村に広く散在している。しかも、すべての零細工業経営が、いわゆる大工場の「下請制」下におかれているわけではない。「家内工業」経営として、「問屋制」下に、自か

らの存立条件を見出だしているものも数多く存在している。ところが、こうした「問屋制」支配下におかれた「家内工業」的零細経営にしても、いわゆる高度経済成長の過程でその存立条件は、大きく変化してきている。また、大きな消費市場と労働力供給基盤をもつ大工業都市とほとんど異なる状況のもとで、地方の中小都市・農村の零細工業経営の存立条件も変化してきている。いわゆる「工業化」と「都市化」の急激な波は、地方産業にも大きく押し寄せてきている点では、例外ではない。

こうした従来のわれわれの中小零細企業問題で欠けていたフィールドについて行なった実態調査研究結果が、本稿でとりあつかった事例である。

調査対象は、地方都市である長野県松本市における「特産土産品」の一つとされる「白樺工芸品」の生産者である。この商品は、数多くの「家内労働」によって生産され、これらの家内労働者の生産・流通過程の組織者として「問屋」が存在している。いわゆる「地場産業」は、手工業的労働を主体とする低賃金労働力供給によって商品生産が行なわれ、地方ごとに封鎖された市場のもとで存立を続けてきたが、こうした「地場産業」も、低賃金労働力供給基盤の変化、競争商品の登場、商品販売市場の拡大または縮小によって、ある場合には、消滅し、他の場合には、拡大する、というように「地場産業」の存立条件は大きく変化してきた。ここでとりあげた「白樺工芸品」は、いわゆる「土産品」の多くがそうであるように、松本市の「特産品」として成長し、今日では、全国的に販売市場を拡大してきた商品の一つの典型である。

こうした諸変化のなかで、「白樺工芸品」の生産・流通諸条件はどのように変化したか、またこの生産を支えている家内労働の性質および家内労働者の労働諸条件は、どのように変化したか、を明らかにするのが、ここでの課題である。

調査の方法は、「白樺工芸品」の生産・販売を行なう「問屋」および「家内労働者」との面接聴取り調査と、関係文書資料の収集とによるケース・スタデーである。

(注1) われわれの中小企業調査で既発表のうち主なものは、つぎの通りである。高梨 昌「中小企業の技術革新」(国民金融公庫「調査月報」昭和37年9月号)、氏原正治郎・高梨「零細企業の存立条件」(「調査月報」昭和40年12月号)、高梨「現代日本の中小企業問題—中小企業論の反省」(東京大学社会科学研究所「社会科学研究」第14巻6号 昭和38年)、高梨「中小企業労働者・零細経営」(講座労働経済1「日本の労働市場」日本評論社 昭和42年12月刊所収)

## 第1章 白樺工芸品生産の発展と停滞

### 第1節 第2次大戦前の足どり

白樺工芸の特色は、その発展史をふりかえることにより、今日の問題点を浮き彫りにすることができる。したがって、まず白樺工芸の創始期からの歩みを概括することからはじめよう。

昭和42年現在、年間売上高6～7億円に達するといわれる白樺工芸の濫觴は、大正6年、清水湧水(1855～ )、堤寅雄など、本来は建築用欄間の彫刻をやる職人が、登山家榎有恒(1891～ )のアイガー登攀記念講演、座談会での四方山話にヒントをえ、登山用具(ピッケル、カンジキ、金鋼杖など)や立体彫刻の登山人形などを副業として製作しだした

ときに求められる。これがより多くの生産者によって大量に生産されるようになり、それぞれの生産者の副業から本業となり専業にまで発展するにはさらに10年以上の歳月を要した。

ところで大正9年、日本の農村は農業恐慌におそわれ惨澹たる状況にあった。長野県の農村も例外であるわけではない。

このときに当り、農村の目を蔽うばかりの窮状に接した欧州帰りの洋画家、山本鼎は農民に何がしかの現金収入をもたらそうと考え、かれらにロシア、スウェーデンなど北欧の民芸品にあたるものを作らせた。小県郡神川村での出来事である。こうして起こったいわゆる農民美術運動はたちまち信州一帯へ伝播した。

しかし、ここで製作されたものは竹細工、杞柳細工、あけび蔓細工などであり、しかも技能を持たない農民が不況の最中に農閑期の副業として始めたものであるから、同じ副業ではあっても、玄人の彫刻の職人が起こした松本の工芸品とは、最初から質的に違ったわけである。とはいえ、松本の工芸土産品の種類が農民美術運動の進展のなかで、影響され、刺激を受け、白樺斜切焼絵、同彫刻（レリーフ）、白樺通信筒、挽物類、ベニヤ焼絵などの新種を加え増加したのは多くは農民美術運動の功績に負うところが大きいことは否定しがたかったようである。

このように白樺工芸の起源は、大正中期の不況の始まりと激化の時代にあり、製作の動機が清水一派にしろ、農民美術運動にしろあくまで副業として何がしかの現金収入を得ようとして始まったものであった。これがさらに大正末期に松本の工芸品として従来からあったものと、農民美術運動のもとの生産されるものの流れとが合流して、工芸土産品の種類が多彩にわたるようになったのであるが、これだけでは、この工芸品が一特産品産業として形成される条件は満たされない。すなわち、いまだ販売市場が松本市近郊に限られていたのである。

松本が日本アルプス登山のメッカとして脚光を浴びたのは大正4年の焼岳の爆発以後のことである。それには、夙に日本アルプスの美を宣伝したイギリス人ウォルター・ウェストンの功績、明治44年5月の中央線の全線開通などの下地があった。こうして大正中期以来、松本への登山観光客が増加したとはいえ、季節は夏に限られている。したがって、土産品の需要も夏に限られることになり、とても職人が専業でこれの生産に当っても生業の手段とはならなかった。すなわち、この時期にいたっても、白樺工芸は建築の職人や学校の美術の教諭の季節的な内職労働の域をでなかつたのである。

昭和2年頃までこうした状況にあった白樺工芸が、市場を広く全国に拡張し、松本の一特産品産業として確立されるには販路拡張の功労者、藤野忠清（1900～ ）の登場をまたねばならなかった。

かれははじめ南安曇郡梓村で製糸業に携わっていたが大正末期、養蚕農家の不況、没落のあおりを喰らって商売に失敗、梓村出奔後、松本で薬の行商をはじめた。そのうち恐らく昭和2年頃、行商のついでに白樺工芸品を職人から試験的に引取っては都会のデパート、書店などへ販売を開始した。白樺を素材とした小木工芸品は都会人に驚くべき人気をよんで、かれの試みは見事に奏功した。

白樺工芸品が何故にこうも人気をよんだのか。これには当時の白樺派文壇（武者小路実篤、志賀直哉、里見淳、有島武郎、同生馬、長与善郎等）の存在も見逃せない。すなわち白樺派の文学は、明治43～大正12年の間、文芸雑誌「白樺」を発行し、自然主義文学の退潮後

の大正文壇を、人道主義と理想主義を標榜して支配し一世を風靡していたからである。

白樺派の文学の隆盛が、いまは長野県の県木となっている白樺の樹そのものに対して世人に異常なまでに美化された憧憬すら生んだ時代だった。松本駅前で丸太のままの白樺がよく売れたそうである。

こうして、藤野忠清の出現によって、白樺工芸はこの後昭和6年までに九州を除いたほとんど日本全国に市場を拡大することに成功した。全国の温泉地、スキー場その他観光地に向き、販路拡張を果たしたばかりでなく、その土地土地の独特な土産品を見つけては松本へ持ち帰り、他地域に比べれば技術的に優れている松本の職人に模倣させ、今度はそれを逆にその土地土地へ移出するようになるのである。この過程で松本の木工芸品の種類は飛躍的に増加したのである。さて、北海道の土産品として有名な木彫の熊は先の逆移出の代表的な例である。もともと、木彫の熊とニポポ（ニポポとは木の小さな子という意味で、堅木で作ったこけしのような無彩の人形で、カラフト、アイヌの信仰の偶像）の工芸土産品としての製造は、アイヌ人に現金収入の門戸を開かんとして内地人の指導で始まったものとされている。藤野は北海道へ渡ったとき、これを持ち帰り松本地方で製造に乗り出し、逆に北海道へ移出するようになり、今では北海道土産品の木彫の熊のほぼ8割は実は松本地方で製作されている。

このように、全国の土産品が実は松本地方で製作されるという事実が、観光客を偽瞞するような、いわば羊頭狗肉の習慣が、この時期に根を下ろし、遂に松本の白樺工芸は、全国小木工芸土産品の産地として、揺がぬ地歩を築き、漸く専業従事者もでてきて、白樺工芸品生産は松本の一特産品産業として成長したのであった。

さて、最初の試みが凶に当り気をよくした藤野忠清は、販売業だけにあき足らず、自ら職人を計20人程雇用し、藤野製作所を設立し、工芸品の製造ならびに販売を一手に掌握するようになる。

一方、同じ頃、白樺工芸の草分け、清水湧水の実弟島太郎および高橋清一郎が中心となり、百瀬興政の発案により職人の団体を組合員合計30人程度で組織している。これが「日本アルプス農民美術生産販売協同組合」である。これは、国および県当局が農村の不況の時代に、農美運動を資金面から助成するなど保護育成に努めたとき、すなわち大正末期から昭和初期に、前述した「日本農美」が農民の副業であったのとは違って、農民でない松本の工芸品製作に携わる建築職人で彫刻などの技能をもつ職人が本業としてはじめたものである。もちろんこの協同組合も「農美」を標榜し、農美保護育成という時代の潮流に乗って儲けを企図して誕生したものである。けれどもこれは結局、販路の県外拡張ができず、また当初の目的たる利益があがらず2年間足らずで消滅している。この後、清水島太郎は好雅堂と改称して、徒弟制度をとりながら彫刻の職人を養成しつつ、シーズン中には工芸品の製作に当り、藤野製作所とならび、白樺工芸製造および販売の戦前の二大勢力をなしていた。

このようにして、一方では藤野忠清の藤野製作所による工芸品生産と、他方では農美を経て松本の彫刻職人を主体とした清水島太郎の好雅堂によるそれとが、戦前のこの業界における二大勢力となっていた。この両者の違いについては、「農美の彫刻が石井鶴三などの彫刻芸術家諸師の指導を受けた本格的なもので、工芸的香りも高く、製品も立派なものであった。だが、この流れとは違った松本の製作品は職人的細工物的であるか、つくいも彫刻的な素人芸的なもので、両者の間には大きな違いがあった。好雅堂は前者の性格が強く、藤野製

作所の製品は後者の性格が強かった。」という判断もある。

いずれにしろ、今日、工芸品製造にあたっている業者および職人は、戦前、好雅堂または藤野製作所のいずれかで徒弟修業を受けて職人になったか、独立して業者になったものがほとんどである。

このように松本の白樺工芸品は、大正8年から昭和3年の不況期で生活窮迫に追い込まれていた時期に産地としての地歩を築いているが、これは白樺工芸の需要者として一部の高額所得者が存在したことによって助けられている。一例として昭和6年の藤野忠清の出品目録（藤野力氏所蔵資料）をみると、当時としては高額な商品として売買されていたことがわかる。

長岡市主催 上越線全通記念博覧会 御中 昭和六年六月六日		八	七	六	五	四	三	二	一	番号	出品名	数量	単価	価格	売約・即売・参考品・非売品	出品目録
		登山人形	ポスト形角額	キャビネ角額	角額	白樺一輪サン柱掛	〃	白樺額	白樺柱掛	品名						
		30個	3枚	5枚	2枚	10枚	20枚	30枚	50枚							
		円	円	1円	3円	円	1円	円	円							
		30銭	80銭	30銭	80銭	80銭	銭	80銭	80銭							
		9円	2円	6円	7円	8円	20円	24円	40円							
		銭	40銭	50銭	60銭	銭	銭	銭	銭							
		〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃							
									即売							

こうして初期の頃の白樺工芸はもともと生活必需品でないのは当然であるが、むしろ奢侈品といっても過言ではなかった。そしてその頃の職人も、現在とは違いかなりの所得水準を保持できたようである。職人の工賃は上述した「出品目録」記載の単価のほぼ3分の1であったとされるから、かりに番号1の白樺柱掛を1日に15枚仕上げたとすれば、1日で14円の収入になったのである。もっとも年中このように割りの良い仕事があるほど安定した注文があったとは考えられないが。

さて、昭和6年9月に勃発した満州事変以降、日本は戦争経済に突入し、産業構造は徐々に軍需生産中心に傾斜してゆくが、こうした状態のもとで、どちらかといえば奢侈品を生産していた白樺工芸は戦時経済の深化とともに、方向転換を迫られ、職人の応召によって全面縮小に向かったことはいうまでもない。好雅堂はこの頃、完全に方向転換し、南安曇郡常盤に山林を求め木炭車の部品や木炭の製造に乗りだしている。

一方、藤野製作所は、国策順応、職域奉公をスローガンに戦時中に至るも、従来の額類、動物彫刻、登山人形、イズメコ人形、竹細工、松カサ、ドンブリ細工、タバコパイプ、シガレットケースなどの製造品目をより実用品生産の方向へ向け、木製茶道具、食器、筆入、インクスタンド、ペン軸、鉛筆、ボタン、袋ものの木口などの製造に当るように転換した。この時期に藤野忠清は松本陸軍病院の職業補導の講師となり、傷病兵に工芸品製造に当らせている。さらに戦争経済が深刻になるにつれ藤野製作所でも、工芸品の製造は一時全面中止され、木製の飛行機の部品の製造に当たっている。

以上みたように松本市の白樺工芸は、

(1) 不況の時代に本職の建築用彫刻の仕事にあぶれた職人が、漸く登山客が増えてきた頃、松本の土産品をあくまで副業として試験的に製作しだした。

(2) やや遅れて、これも農村の甚だしい不況期に起こった農民美術運動の流れと合流して盛んになった。

(3) かかるときに商才に長けた人物が出現し、販路を全国に拡張するかたわら、全国の土産品を技術的に優れた職人を利用して製造し逆移出するようになった。

(4) シラカバが不思議なくらいに、世人の牧歌的郷愁を唆り、加えて白樺工芸がすべて手仕事という“どろくささ”を持っていたこと、このことは大量生産されるものにならないという土産品としての特殊性であり、永続性を失わない理由であった。

(5) 不況の最中ではあったが、需要の対象を高所得者層に置いたため、コスト面から考えると、むしろ高価な値段で取引されたため、問屋も製作者もある程度経済的に恵まれていたこと。ために職人の再生産もこの時期には不十分ならなされていた。

(6) 農美の頃から行政当局が白樺工芸の隆盛につくしたこと。これは当時、松本には繊維工業以外にみるべき産業がほとんどなかったことにもよる。新たな産業を保護育成することは、地方財政の面からも松本市にとっても焦眉の急であった。事実、松本市産業課は昭和13年12月「松本之工芸」、同16年「松本の物産」、「喫煙具設計資料」などの小冊子を発行するなど、熱心な保護育成活動を行っている。

(7) 材料が終始一貫して白樺を中心とする木材に限られていることから、質朴、野趣、自然美を具備していること。

(8) これは手労働であることが商品価値を高めるため一部にしか機械の導入が図れず生産性が向上しないこと。現在でも、額椽や一部の工芸部門で木工機械の近代化されたものが導入されているだけで、ほとんどは昇降盤、ミシン機を使用するのみで、あとの大部分は手労働によっていること。

などの特徴を示してきた。

## 第2節 第2次大戦後の足どり

戦時経済の過程で転廃業に追い込まれた松本市の白樺工芸品産業は、日本資本主義経済

体制の全般的崩壊期にも容易に復興の契機をつかめずに推移してきた。ところが、白樺工芸品に対して、思われざるところから販売市場が拡大してきた。それは、占領下の進駐軍兵士および家族が購買層として登場してきたことである。こうしたことをきっかけにし、さらに、戦後の悪性インフレーションの終息過程に入り、日本産業の復興が軌道に乗るにつれ、徐々に白樺工芸品への需要が拡大し、この産業も活潑になり、就業者数も事業者数も増大してきた。

ところが、こうして復興した白樺工芸品産業も、この生産・流通条件は、戦前とは著しく異なった形態をとることとなった。

それは、戦後の経済混乱期に発生した大量の失業者が、就業機会を求めて、白樺工芸品産業に大量に流入してきたことである。こうした新規参入は、白樺工芸品生産が手工業的生産で、多額の資金を必要とする生産手段も不要であり、またなんらかのツテで販売市場の開拓ができれば、製造問屋に上昇転化し独立化することも可能であったことである。こうしたことから、製造問屋および生産者間のみならず双方の内部でも競争が激化してきた。

すなわち、戦後諏訪地方にも白樺工芸土産品の問屋が誕生し、現在十数軒におよぶが、その嚆矢は戦前、藤野製作所で外交に従事し、そのとき自らの掌中にあった販路を押えたものが独立したものである。戦後、乱立した問屋の前身はこういう手合が多いとみてよい。白樺工芸問屋への参入が、零細資金でも可能なことが、戦前数軒しかなかった問屋が今日、諏訪地区を含め数十軒にもなった最大の原因であった。

ところで、戦後徐々に白樺工芸品への需要が増え、問屋間の競争が激化してくると、資本家的な恣意が隠蔽されている出来高払い加工賃の宿命と、職人、製作者への新規参入者が増加し、ここでの低賃金労働力供給による過当競争によって、たとえば、シーズンオフの冬期間の在庫用商品については従来の工賃の8割で引取るなど、問屋の支配力が強化されてきた。

このような状況にあった昭和25年、職人および製作者有志は、仕事の獲得と高賃金を目的とし、問屋への巻き返しを図り、清水湧水が初代組合長、降旗茂が初代理事となり、生産者63名を糾合して、資本金50万円（銀行借入で半額払込んだ）で中信巧芸品製作協同組合を発足させている。職人である家内労働者自身の手で製造ならびに販売を掌握しようとした試みであり、問屋に対し真っ向から挑戦状をたくつけた事件である。

この協同組合が発足した当時の白樺工芸関係の業者の状況については、つぎの資料のみである。この資料は、「長野県工場名鑑」より選びだしたものと思われるが、東筑摩郡・松本市・塩尻市郷土資料編纂会編「東筑摩郡・松本市・塩尻市誌」に掲載されたものを転載した。この「市誌」には宮坂正治氏（信州大繊維学部）の責任執筆による白樺細工に関する記述があるが、記述には事実誤認が多く資料としては全く使用に耐えない。わずかに使用に耐えうるとされるのは、ここに掲げた業界図だけであった。これによれば、「中信巧芸品製作協同組合」の比重が高かったことがわかる。

ところが、中信巧芸品製作協同組合は、問屋支配に対する居職人の団結としては、余りにも多くの弱点、曖昧なものを持っていた。たとえば、

- (1) 協同組合員は協同組合設立後も、製品を問屋に主として納めていること。
- (2) 販売に当る理事が無報酬でこれに当たったため、配当金だけでは理事の生活が成立たず、販売専従者たりえなかったこと。

## 昭和26年度の白樺工芸業者

(昭和27年度長野県工場名鑑)

地域	工場名	代表者名	製品名	資本金	従業員数
西堀町	藤野製作所	藤野忠清	小木工芸品	万円	34人
東町二丁目	上条工芸品製作所	上条義実	〃	50	19
神明町	中村育蔵商店	中村育蔵	〃	-	10
和泉町	有限会社 関口工芸	関口計男	〃	20	14
田町	小井戸製作所	小井戸潔	〃	-	11
博労町	平波アルプス工芸	平波静雄	〃	-	6
分銅町	松原松雄	松原松雄	〃	-	5
東源池町	(株) 中沢浩助商店	中沢浩助	〃	50	12
田町	安藤製作所	安藤秀雄	〃	24	15
清水西町	清水湧水	清水湧水	〃	-	6
中条南町	中島勝次	中島勝治	〃	-	8
北上横田町	角田勝治	角田勝明	〃	-	8
梅ガ枝町	横山久雄	横山久雄	〃	-	5
両下町	村田製作所	村田博	〃	-	14
中町	さかい工芸品	丸山五郎	工芸品	-	8
清水東区	大池哲夫	大池哲夫	小木工芸品	-	10
袋町	降旗茂	降旗茂	〃	-	6
南土居尻	大沢広重	大沢広重	〃	-	10
栄町	信濃人形工芸品	小野景一郎	木彫人形	20	21
中町一丁目	中信巧芸品製作 協同組合	清水湧水	小木工芸品	15	313

(3) 組合員の意識が低く、個人の利益のままに行動し、組合の発展のための努力がなされていないことなどである。

こうしたことが背景となって、協同組合が日光へ処女販売を行おうとしたが、問屋組合にクレームをつけられ、紛争を生じ、問屋組合にチェックされることとなった。この紛争は松本市役所与曾井産業課長の仲裁を受け、協同組合は輸出、問屋組合は国内販売に重点という解決案を双方が呑んだ。このため、協同組合員のうち、白樺斜切レリーブ、同絵、苔張など輸出になる商品を製作する組合員はよかったが、それ以外の工芸品を製作する組合員は、結局、協同組合を通しての販売はできなくなり、組織の内部統制がきかなくなり、組合員相互の販売競争による分裂傾向はますます拍車をかけられた。

しかも、この協同組合は居職人である家内労働者の集合体であったため、資金調達力がなく、売掛金の増加にともない、加盟組合員に売上代金を払えないようになり、このため中信巧芸品製作協同組合の理事は多額の負債を背負いこみ昭和34年頃、自然消滅の憂目を見



た。

とはいえ、朝鮮戦争後の昭和29～30年の苔張りのブームの際には、この協同組合の活躍は目ざましく、発送係を5、6人雇用して、市役所の仲裁通りに輸出を中心に、かなり大規模な取引をしていた。こうした状況のもとで、輸出が増加するにしたがい、問屋は国内専門販売の盟約を破り、輸出に手を伸ばすようになる。それでも、当初は中信巧芸に手数料を払い込んでから販売を開始するという手順を踏んでいた。

とにかく、昭和29～30年の2年間の白樺皮苔張額の輸出のブームは、空前絶後の繁栄を、松本白樺工芸業界にもたらしている。雑誌「木材工業 104号」（農林省林業試験場内、社団法人日本木材加工技術協会刊）1955年11月1日発行のものに、当時松本市役所工業係長、土屋春作は「白樺工芸品」の一文を寄せ、このブームをつぎのように記している。

「白樺工芸と総称されているが、材料は白樺に限らない。白樺の丸太を皮付の儘使用するものに、丸木人形、斜切壁掛、ペン軸、筆立等がある。この他、白樺以外の材料によるものに、木彫動物、木彫人形、カレンダー、状差・壁掛、苔張額など多種多様である。

輸出として戦後大量に出荷したものに、斜切木彫壁掛がある。これは白樺の皮付のものを20～30°に切断し、これに米国の名勝観光地の風景を彫刻し彩色したものである。その主なものを挙げればエムパイヤステートビル、グランド峡谷、ナイアガラの滝、デルウエア水峡、フロリダ、テキサス海岸、ヨセミテの滝、フランクリン研究所等々である。米国から絵葉書を添付したオーダーが来れば松本で希望通りの風景入りみやげ品が出来る仕組になっている。

斜切壁掛に引続き大量の輸出は貼画額（苔張額ともいう）である。苔張ブームで全市はわいている。井戸端会議、公衆浴場の話題にまで花を咲かせている。家庭工業、家庭内職として、市民生活に取り入れられ、松本市の経済に寄与するところ大なるものがある。生産は漸増し、年間2億の輸出が見込まれている。しかもこの材料費は25%であるため、これこそ真の輸出技術であり、貴重な外貨獲得として誇るに足るものである。」（なお、この原稿が受理された時は昭和30年9月26日）

という具合で、昭和30年9月末まではいまだ苔張額は輸出ブームの頂点にあったことがわかる。だが、この後間もなく、問屋組合が主として取引していた大口需要者である、ユナイテッド貿易は、突然、生産中止の電報を打電してきたのである。

一方、中信巧芸品製作協同組合は東京に事務所を設置し、大口バイヤー東栄貿易を主たる取引先として販売していた。もちろんその他小口の取引のあった商社もいくつかあった。

だが全市をあげて、苔張額の生産に当たっていたときに、ユナイテッド貿易からの生産中止の電報が舞い込んだことは問屋を狼狽させずにはおかなかった。問屋組合は盟約を破棄し、中信巧芸の領分たる東栄貿易を相手に値を落として販売を開始する。これを契機として、あたかも修羅場のような廉売競争が始まった。

ブームが始まる頃はスケッチ大の苔張額の値段は1枚270円もしたものが、こうした過程で94円50銭にまで、約3分の1に暴落したのである。

このように、在庫品の現金化を急いで、生産費すら大きく割った値段で取引されはじめたため、その後、在庫がなくなっても、も早や前の値段を取り戻すことは不可能となり、新たに苔張額が作られることはなかった。こうして苔張額の生産は、その後国内向けに生産されるようになるまで一時全面中止した。中信巧芸品製作協同組合はこの時期に多額の負債を残

し、以後35年4月に白樺工芸連合会が設立される直前まで名目だけは存続したけれども、その後の販売活動はほとんど行なっていない。もっとも悲惨なのは、その不幸時に理事となっていた者であり、現在に至るも借金の返済を続けているという。

他方、問屋の側よりの過当競争によって、その後みやげものゝ卸価格は値上がりを見せず、工賃は過去10年間、ほとんど据置の状態となってしまうてきている。昭和30年代の後半以降の著しい消費者物価上昇によって職人は溺死せんばかりである。かくして今や職人の再生産が盛絵を除いて、ほとんど行なわれなくなっていることは白樺工芸が転換期を迎えたことを意味している。戦前は良質な職人と販売する問屋の数も5軒程度であり、まだしも統制は戦後に比較すれば遙かにとれていたといえる。だが、戦後の問屋の乱立は、あたかも戦国時代の様相を呈し、秩序麻の如く乱れ、廉売競争、掛売是認の積年の病弊は、販売先の小売店の横暴をほしのままにさせ、問屋の利益はふえず、それは白樺工芸の就業者の所得賃金を著しく低いものにし、今や白樺工芸は中高年層と婦人労働力がその主流となり、若い有為な労働力はほとんどその例を見ないまでに衰退産業となってしまうてきている。

ところで、こうした危機的状態が昭和30年代前半に生じたが、これを克服することを一つは目的として、松本地区およびこの周辺に従事する白樺工芸品製作者ならびに販売者をもって「松本白樺工芸連合会」が組織された。

この松本白樺工芸連合会は昭和35年4月に結成され、同月末結成記念の大規模な「しらかば祭り」を市民会館で開催している。会則によれば「本会は会員相互の親睦と発展を図ることを目的とする」(第2条)は製作者並びに販売者をもって組織(第3条)された団体であり、第2条の目的を達するためにつぎの事業を行う(第7条)とされている。

(1) 会員相互の親睦を図るためのレクリエーション (2) 技術向上 (3) 販売合理化 (4) デザインの保護 (5) 関係官庁に対する渉外連絡 (6) 厚生福祉 (7) 其の他業界の振興発展に関すること。

また本会はつぎの8部門で構成されている。販売部会、貼画部会、工芸部会、立体彫刻部会、額縁部会、ロクロ部会、趣味人形部会、彩画部会である。なお、彩画部会は後述するように42年現在連合会を脱会している。

つぎに掲げる第1表は昭和37年3月に長野県木工振興協会が行った「松本地区小工芸実態調査」の結果である。第2表も同じ。

第1表のとおり部会員たる業者数は昭和37年3月の208人から42年3月現在の141人と67名も減少しているが、これは単に連合会の会員が減少しただけのことであり、彼等が白樺工芸から退陣したのではない。恐らく連合会に加入しても、せずとも大して変わらないことから脱会したのに違いない。

第2表を見ると、白樺工芸の就業者は、いわゆる内職者を含めると合計1,220名となっている。昭和37年度の松本市の製造業の就業者総数は18,960人であるから、したがって白樺工芸の就業者は6.43%を占めることになる。生産額については昭和37年の生産高年間4億円(内訳、国内向 2億4千万、輸出向 1億6千万円)と記されている。この年の松本市の工業製造品出荷総額は約320億円であるから、前者の後者に対する比率は僅かに1.25%に過ぎない。

労働者数と生産額と比較すれば、白樺工芸の低生産性の程がわかるが、このことが、第2表に明らかなような低賃金を余儀なくさせているのかもしれない。昭和37年の松本市の製

第 1 表 白樺工芸連合会の各部会の状況 (昭和37年 3 月)

部 会	部 会 員		就 業 者 数			
	37年 3 月 現在	42年 3 月 現在	総 数	最大規模	平均規模	最少規模
販 売 部 会	24	21	250	70	15	3
貼 画 部 会	25	7	50	4	2	1
工 芸 部 会	26	37	104	24	4	2
立体彫刻部会	40	13	80	10	2	1
額 縁 部 会	10	9	80	23	8	2
挽 物 部 会	16	15	48	5	3	2
趣味人形部会	22	11	44	5	2	1
彩 画 部 会	45	28	90	3	2	1
計	208人	141人	746人		4.75人	

第 2 表 就業者数・平均給与・平均年齢・平均経験年数 (37年 3 月)

区 分	就 業 者 数	平 均 給 与	平 均 年 齢	平 均 経 験 年 数
男	817	日額 500円	33	4 ~ 5 年
女	403	〃 300円	30	3 年
計	1,220 名			

造業就業者の年平均給与額は 227,000 円である。白樺工芸を同じ年平均給与額に換算する（ボーナスを年 2 月分と算入した）と 145,600 円となり、前者と比較してもいかに低賃金であるかがわかる。

## 第 2 章 白樺工芸品問屋＝販売部会の性格

白樺工芸連合会のなかで、もっとも強大な勢力を持つのは、この販売部会、すなわち製造問屋の集合体である。その他の各部会は、販売部会である製造問屋の注文に応じて受注生産を出来高払いの加工賃仕事として行なっている。したがって製造問屋と製作者との関係は問屋制下の家内労働者といってよい。

ところで現在の問屋組合である販売部会の状態を検討しよう。

つぎの第 3 表は白樺問屋のうち代表的なものであり、業界を牛耳っているといっても過言ではないが、年間出荷額、就業者数などから、いかに白樺工芸全体が中小零細経営の集合体であるかがわかる。しかし「主たる販売先」の欄を見れば、たしかに日本全国の小木工芸みやげ品を供給していることもはっきりする。

さて、白樺工芸の問屋は、他の消費物資の問屋と異なり、製造販売を行なうところに大きな特徴がある。第 3 表の事業所のうち自工場を持たないのは（2）と（6）に過ぎず、その他は工場を所有して、製造にも当たっている。

第 3 表

主たる白樺工芸連合会

事業所名	営業年数	会社形態	資本金	年間出荷額	主たる販売先 (出荷高の多額な方から)
(1) A工芸製作所	22年	株式	600万円	13,000万円	1. 北海道 3. 中部 2. 関東 4. 九州
(2) B工芸品製作所	22	株式	600	7,000	1. 九州 3. 東北 2. 四国 4. 関西
(3) C 工 芸	17	株式	300	(うち輸出40%) 6,000	1. 関西及び四国(30%) 3. 東北 2. 九州・北海道(17%) 4. 中部
(4) D工芸品製作所	37	株式	100	5,000	1. 輸出(33%) 3. 長野県 2. 東北
(5) E 商 店	22	株式	50	3,700	1. 輸出(50%) 3. 四国 2. 関西
(6) F 商 店	20	個人		1,500	県内中心 (山関係)
(7) G 製 作 所	39	個人		1,200	中部・関東地方限定販売
(8) H 工 芸	30	株式	30	1,200	関東 (日光中心)
合 計				38,600	

問屋が工場を持っている場合には、大きく分類してつぎの二つの業務を行う。

(1) 材料を調達し、すべて工場(問屋)内部従業員の労働で加工し完成品とする。

(2) 調達した材料に、木取り、切抜きを施したものを、外部の家内労働に従事する職人に渡し、出来高払いの加工賃で加工を依頼し、加工の済んだものを各職人から回収し、問屋が他の材料と組立てて完成品にすること。

その他、問屋のもとで完成品となるまでのプロセスには……………、

他の事業所で加工された材料を購入し、それを外部の職人に渡し、加工されたものを回収し、これとさらに他の事業所から購入した部品を組立てて完成品とするケース(盛絵額、苔張額など)と、最初から、完成品をメーカーから受取って、または箱詰包装のみを問屋が行い、あとは販売業務のみに携わるもの(趣味入形など)、がある。

### 第1節 白樺工芸品の流通機構

ところで白樺工芸品の流通機構を図示すると、つぎのようになる

第4表①の場合の卸売価格は、メーカーよりの引取価格に対して4割増(ただし、運賃諸掛先方負担の場合)と、3割増(ただし、運賃諸掛問屋負担の場合)との二本立てである。

②の場合、すなわち問屋と小売店の直取引の際には、卸売価格はメーカーよりの引取価格に対して5割増となる(ただし、運賃諸掛先方負担の場合)。なお、上でいう諸掛とは主として荷造費のことである。

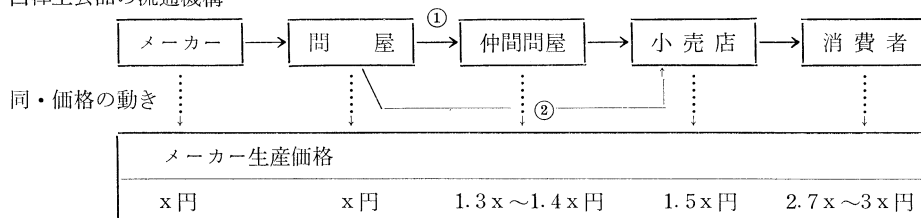
## 販売部会 8 社の状況

(昭和42年12月現在)

業務内容			従業員				平均給与額 (月)	
製造	組立	販売	計	男	女	うち 外交従事者	平均給与額 (月)	
							男	女
○	○	○	70 人	38 人	32 人	5 人	35,000 円	日給 540 円
×	○	○	14	8	6	7	50,000	20,000
○	○	○	23	12	11	5	26,000	18,000
○	○	○	27	17	10	5	30,000	18,000
○	○	○	27	17	10	4	28,000	16,000
×	○	○	4	4	0	集荷 2		
○	○	○	10	6	4		30,000	日給 550
○	○	○	8	0	8			日給 700
合 計			183	102	81	28	平均 33,167	平均 16,934
							男女平均 25,050 円	

第 4 表

## 白樺工芸品の流通機構



註 上の表でx円はメーカーの生産価格としたが、果して現状でメーカーが平均利潤を上げているかどうか疑問であるため、問屋の引取値段またはメーカー出値といった方が適切である。

第4表の価格の動きのところを見て驚くことは、小売マージンの高さである。消費者に渡るとき、価格はメーカーの出値の3倍になっている。売値の半分は小売店の懐中に転がりこむ勘定になる。

そこで白樺工芸土産品の小売価格をメーカー価格、運賃、販売マージン(卸、小売マージンの合計)に分けその百分率を求め、他の一般消費財のそれと比較してみよう。困るのは運賃の率が不明であることだが、前述したことから運賃はメーカー価格の1割とすることが可能だから、ここでは便宜上そういうことにして計算する。最終小売価格150円の白樺工芸品

で第4表の販売ルートの②の場合である。第5表のとおり白樺工芸の小売価格の構成はメーカー価格33.3%、運賃3.3%、販売マージン63.3%（うち卸売マージン13.3%、小売マージン50%）となる。国鉄の行なった調査（第6表）と比較されたい。

第5表 白樺工芸土産品に小売価格に占める運賃・販売マージン比率

¥150 = 最終小売価格			
100%			
¥50    メーカー価格	¥5    運賃	¥95 = 販売マージン	
33.3%		63.3%	
	3.3%	¥20 = 卸売マージン	¥75 = 小売マージン
		13.3%	50%

第6表 各財の小売価格内訳

品 目	小 売 価 格 の 内 訳		
	メーカー価格	運 賃	販売マージン
木 炭	41 %	15 %	44 %
み か ん	55	13	32
ふ す ま	83	10	7
硫 安	67	16	17
板 硝 子	84	5	11
セ メ ン ト	75	20	5
鉄 釘	79	7	14
ビ ー ル	89	4	7
ガ ソ リ ン	81	10	9
白樺工芸品	33.3	3.3	63.3

国鉄の調査による

林周二著「流通革命新論」より

また昭和39年5月に通産省は、消費者物価抑制の一環として、根本的な流通合理化政策をたてるため、家庭用ミシンなどの主な消費財について、その販売マージンを調査したが、その結果つぎのような数字がでてゐる。

家庭用ミシン 32~46%、自転車 38%、腕時計 50%、メリヤス 37~47%、学生服 33%、ワイシャツ 28.4~49.2%、毛布 47~49%、既製服 32~50%、セーター 45%、プラスチック容器 25%、袋物 43~47%、

白樺工芸はこれが63.3%である。いかに販売マージンの率が高いかがわかる。さらに国民生活研究所の調査は販売マージンを、メーカー販売マージン、卸売販売マージン、小売販売マージンの三者構成として捉え第7表のごとく発表した。

第7表 わが国消費財小売価格に占める販売マージンの割合  
(35年度 単位：%)

業 種	販 売 マ ー ジ ン			
	計	メーカー	卸 売	小 売
食 料 品	35.8	16.1	6.9	12.8
医 薬 品	51.1	25.1	8.4	17.6
電 気 器 具	46.0	18.4	13.7	14.5
菓 子	43.3	12.8	9.7	20.8
その他を含めた全業種	42.9	17.1	8.5	17.3

国民生活研究所の調査による  
林周二「流通革命新論」58ページより

注意すべきことはメーカーの販売マージンの率である。全業種平均メーカー販売マージンは17.1%となっている。白樺工芸品のメーカーにはこの販売マージンは恐らく皆無といつてよい。何故なら白樺工芸土産品の生産者価格即製造原価（生産コスト、生産費ともいう。これには原材料費、労賃、償却費、金利など商品生産に要した直接、間接の費用一切を含む）に他ならないからである。このことは白樺工芸の各メーカーの受取る工賃は利潤を生まない事実上の賃金部分だけだということである。しかもこの加工賃額も低く、通常の賃金も受取っていないとみなければならない。後述のごとく盛絵、貼画、趣味人形、板彫彫刻メーカーは長時間労働に従事することを強制されているからである。

以上のように小売店の販売マージンがかなり高いが、これに対して小売店の答は、(1) シーズンオフが長い、(2) 商品の回転率が悪い、(3) 販売の予測がたふない、(4) 破損品が出やすい、などである。たしかに(1)については、上高地、北海道地方、スキー場などの小売店の場合には極端にそうであるし、その他の地域でも年間平均して売上げがあるような例は少ないであろう。出荷量が、年々増えているという事実からすれば、こうしたことが生ずるのは、生産者と問屋の側の条件に問題があるとみなければならない。小売店が問屋への支払いを延期する特権を握っていることなどもその現われで、支払条件のうちには短いもので製品発送のときから3カ月、長いものになると1カ年経たないと代金回収がなされないという状況である。

ところで、このような横暴な小売店の出現を招来したものは、他ならぬ問屋と生産者の過当競争による過剰生産にあることは間違いないようである。

戦前の問屋の状態を見るとこのことは明らかになる。戦前の白樺工芸品の問屋は全部で数軒を数えるのみで今日のような過当競争が行われた形跡は殆どない。戦前の問屋で最も強大なものは藤野製作所であった。次に掲げる資料はその昭和17年度の「営業内容」（「大東亜聖戦記念号」とある小冊子）の「お取引について」の抜萃である。

(藤野力所蔵資料による)

▼お取引について▲

- 一、良い品を安く差上げるために、弊所はすべての仕入を現金払でゐたしております。弊所の微意に御協力下さいまして、御取引は現金取引に御願ひ致します。
- 一、御注文数量は整理上カタログ指定数量で願ひます。
- 一、前金御注文の場合は荷造費は戴きません。
- 一、御地風景入額、柱掛御下命の節は御注文額の三割前金に願ひます。(風景入絵葉書御送付下さいませ)

このようにすべてが現金取引であった。察せられることは前金の注文すら行なわれていたらしいのである。先きのべた現在の代金回収の実情と比較して、隔世の感がある。一方、戦前の小売マージンはどうだったか。同じ資料には小売標準価格まで記入されているので、総数800におよぶ品目のうちから任意に抽出して検討を加えよう。下欄に小売マージン率を計算した。

第 8 表 昭和17年度 藤野製作所商品目録 (抄)

⑭	⑬	⑫	⑪	⑩	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	◎	
割ク ルミ (セロ ゴ箱入)	椽	スケッチ判 タテ八寸、横一尺一寸	白樺風景額の部	肩斜切	白樺	灰皿及び煙草セット	三級大熊	同中親	同	二級中登	三級中山	同	同	二級大楠	◎木彫人形の部
食料品の部	丸キ	ワ	白樺風景額の部	切	樺	灰	熊	熊	熊	山人	山人	山人	山人	公父	規格品名
一一〇袋入	木	ダ	形	形	皿	熊	熊	熊	熊	形	形	形	形	郷子	個数
十九、八〇	一、一〇	一、七〇	四、五〇	四、五〇	二、三	二、五〇	一、二〇	二、三〇	二、三〇	三、二〇	三、六五	三、五〇	三、五〇	四、〇〇	納値 円
二五、〇〇	一、八〇	二、七〇	七、〇〇	七、〇〇	三、八	四、〇〇	一、八〇	三、五	三、五	一、〇〇	五、五	五、五	六、〇〇	小売標準 円	
20%	39%	37%	36%	36%	39%	38%	33%	34%	9%	36%	36%	36%	33%	小売マージン率	



第8表から、戦前の白樺工芸品の小売店のマージン率は、⑤と④を除いた品目の平均で36.1%となる。ただし、問屋の指値である小売標準価格が遵守されていたかどうかはわからないが、それにしても、現在の小売マージン率、平均50%という数字が決して、伝統的なものではないことが、これで明らかになった。

してみると、この小売マージン率50%というのも、戦後始まったことであり、「ブルータスお前もか」となり、過当競争の結果生れたものらしいのだ。つまり、白樺工芸品の問屋は過当競争の結果、卸値を上げることができなかった。その間に、旅行者、入観者数は著しい伸び率を示し、消費者物価も年々歳々上昇し、国民の所得水準も徐々に高まってきた。こうした気運のなかで、漸進的に小売マージン率は戦前平均36.1%から現在の50%に高まったのに違いない。したがって、今後も白樺工芸品問屋が過当競争を展開するならば、小売マージン率は、すでに上高地の例にもあるように、ますます高まってゆくだろう。

前述した卸価格の歩増率は、比較的競争の行なわれない地域か、全然問屋同士の競争がない場合であって、問屋間の競争の激しい地域、たとえば日光などにおける卸価格は恐らくそれよりも安くなっている筈である。

以上のことからいかに過当競争が、白樺工芸全体を歪めているかがわかる。こうした過当競争のなかで、競争に勝って、自らの経営を維持するため問屋はどのような対策を講じているのだろうか。

まず第1に職人およびメーカーの工賃または引取価格の買い叩きを行なっている。

第2に過当競争の及ばない地域に販売網を拡げて、平均利潤の確保に努めている。

第3に競争の激しい地域では、納値、代金回収などで、小売店に譲歩し、妥協し利潤率を引下げ他の競争者の排除をはかっている。

第4に問屋内従業員の賃金水準をできる限り切り下げ、安価な卸売をしようとはかっている。このために、中高年層、婦人、身体障害者など低賃金労働力を主として雇用するようになってきた。

第5に常時、外交専従者を置き、絶えず出張させ、新製品の見本をひっさげ販売額の維持、増進をはかりつつ、一方販売代金のより早い回収に努めている。

第6に他の問屋にない独自の製品を開発・研究し、一手専売して特別利潤の獲得をはかるものもある。このため、うでの良い職人を若干優遇して専属にし、他の問屋への製品の流出を止めさせたり、内部に企画担当者をおいて新製品の考案を行なっている。

## 第2節 問屋就業者の労働力の性質

主たる白樺工芸品問屋8社の就業者の男女比率は、つぎの第9表から明らかなように男55.7%、女44.3%となっている。これと第9表の昭和41年度の松本市製造業における産業分類別男女比率と比較検討してみよう。

全産業での性別比では男57%、女43%となっており、わずかに白樺工芸問屋就業者の女子の比率が高いという程度である。女子が50%以上を占める産業は、繊維工業と衣服、その他の繊維工業であり、63%、77%も女子就業者が占め圧倒的に多い。繊維及び衣服関係での女子の圧倒的優位は、何も今に始まったことではない。それは昔から「女工哀史」で知られるように、長時間労働の低賃金であまりにも有名である。後に示すように相変わらずの低賃金であることは現在に至るも共通した事実である。

第 9 表 昭和41年度 松本市製造業の産業別性別就業者数

産 業 分 類		就 業 者 数			男 女 比	
		総 数	男	女	男	女
全 産 業		20,720人	11,917人	8,803人	57%	43%
軽 工 業	食 料 品	4,424	2,287	2,137	52	48
	織 維	1,072	291	781	27	63
	木 材 木 製 品	1,181	767	414	65	35
	家 具 装 備 品	1,316	995	321	76	24
	パルプ、紙、紙加工品	937	641	296	68	32
	出 版、印 刷	659	502	157	76	24
	衣服その他の繊維	1,220	282	938	23	77
	そ の 他	1,233	756	477	61	39
重 化 学 工 業	窯業、土木製品	543	422	121	78	22
	化 学	272	168	104	61	39
	金 属 製 品	1,064	754	310	71	29
	機 械 製 品	6,529	3,890	2,639	60	40
	そ の 他	270	162	108	60	40

ところで、白樺工芸にも実は女子が圧倒的に多い事業所がある。機械化が比較的進んでいる工芸部会の一部、および額縁部会、趣味人形部会に至っては、男子労働者は事業主の他には殆どいない。とすると、問屋の女子労働者は一体どのような労働に従事しているのか。これについては、第1表の(1)事業所についてのみ調査した結果がある。これによれば回答した女子労働者は計12名で、その仕事は商品整理(1名)、箱入れ(1名)、組立(8名)、型取(1名)、塗装(1名)であった。型取り、塗装の具体的な内容はわからないが、あとのは要するに不熟練単純労働であり軽作業である。これらの他、事務書類の整理、経理を担当する女子労働者も問屋によっては存在する。

つぎに男子労働者の労働の内容であるが、工場における、木取、型抜に始まって染色、彫刻、塗装、絵画、字書、組立工などがいて、さらに荷作り、外注をするもの(運転手)出張販売に当るもの(営業、労務、経理、総務など)、事務的管理的労働に従事するもの、新製品の企画考案に当るものなどさまざまな内容の労働に従事している。

ところで、問屋8社の就業者の年齢構成をみると、第10表にみるごとく男女計でみると15歳から40歳までの労働者の比率は42.2%、41歳以上はしたがって57.8%を占める。ただちにこのことから就業者の平均年齢が41歳以上であることがわかる。しかも全体の28.8%は51歳以上の高齢者で占められ、さらにそのうち56歳以上が16.9%を占めていることは注目すべきである。

これを長野県における規模30人以上の全産業事業所を対象に実施された調査の結果と比較してみると、いかなる産業の男女平均年齢も白樺問屋のそのの高さには及ばないことがわか

る。もっとも白樺工芸の間屋はすべて中小零細規模であるから、そのまま規模30人以上の事業所を対象にした調査結果である第12表と対照することはできない。そこで、白樺問屋で唯一の規模30人以上の事業所たるA工芸品製作所の就業者の年齢構成の調査結果と比較してみよう。その結果は、第11表のとおりで、結局41歳以上が全体の53.9%いることから、矢張り白樺工芸問屋就業者の平均年齢は、他産業と較べ圧倒的に高いことがわかる。男子のみの場合には51歳以上の高齢者が47.8%も占めているから、男子就業者の平均年齢は50歳前後になるほど高齢化している。

以上のことから、白樺の間屋就業者に24歳以下の若い労働者は1割もないことが明らかになった。問屋がこのような状態なのだから、ましてメーカーや職人に若い労働者がいるわけがない。若年労働者が白樺工芸にいないということは、劣悪な労働条件に若

者がそっぽを向いて他産業に流れた結果としか考えようがない。資本主義の滔々たる流れのなかで、利潤追求を最大の目的とする経営者が、可塑性と可能性に富む若い労働力を欲しない筈がない。白樺工芸の経営者も若い労働力がほしいのは同じである。けれども若者を満足させる待遇をしていないのだ。

そこでつぎに、問屋就業者の賃金水準をみよう。

主たる問屋8社の平均給与額は男子33,167円、女子16,934円であり、男女平均は25,050円となる。これを第12表の長野県下の他産業の賃金と比較してみよう。ただし、前者は42年12月、後者は41年9月の調査結果であるから、後者はこれより若干多いと見なければならぬ。第12表によれば長野県の全産業平均給与額は、41年9月の時点で男子36,011円、女子18,899円、総数平均29,654円であり、1年以上の調査時点のギャップがあって、男子で2,844円、女子で1,965円、男女平均では4,604円も安いのは白樺工芸の間屋就業者の方である。し

第10表 白樺工芸問屋8社の就業者の年齢別構成

年齢	性別		小計	比率
	男	女		
15～17歳	2人	1人	3人	1.6%
18～24	5	10	15	8.2
25～30	12	6	18	9.8
31～40	19	22	41	22.6
41～50	22	31	53	29.0
51～55	14	8	22	11.9
56歳以上	28	3	31	16.9
計	102	81	183	100.0%
	55.7%	44.3%	100.0%	

第11表 白樺工芸問屋A工芸品製作所就業者の年齢別構成

年齢区分	就業者男女計 70名				男女平均年齢別比率
	男子 38名		女子 32名		
	就業者数	比率	就業者数	比率	
15～17歳	1人	2.6%	1人	3.1%	2.85%
18～24	2	5.3	5	15.5	10.4
25～30	2	5.3	2	6.2	5.75
31～40	10	26.3	9	27.9	27.1
41～50	5	13.1	12	37.2	53.9%
51～55	4	10.4	3	10.1	
56歳以上	14	37.4	0	0	18.5
計	38	100	32	100	100

第12表 長野県下労働者の産業別賃金

区分 性別 産業・業種別分類	調査人員	平均年齢			平均勤続年数			現金給与総額(月)			日雇労働者等の1日平均給与額
		男	女	計	男	女	計	総数	男子	女子	
総数	78,342人	32.4歳	24.3歳	29.1歳	9.7年	4.5年	7.5年	29,654円	36,011円	18,899円	776円
D 鉱業	141	38.4	36.4	38.1	6.4	4.4	6.1	31,100			
E 建設業	2,517	33.3	27.9	32.8	5.9	6.2	5.9	32,998	34,859	16,543	1,173
F 製造業	58,918	31.3	23.9	27.7	8.5	4.3	6.5	25,703	32,867	17,821	713
18 食料品製造業	2,278	31.4	28.8	30.1	8.6	4.9	6.7	25,234	36,502	16,008	557
20 繊維工業	4,889	36.8	22.1	25.3	14.5	3.9	6.2	21,477	36,253	16,740	1,345
21 衣服其他の繊維製品製造	1,120	32.4	23.1	24.3	6.4	3.1	3.5	17,374	31,710	15,119	699
22 木材木製品製造業	244	38.7	39.2	38.8	6.1	3.2	5.3	22,643	26,384	13,271	—
23 家具装備品製造業	1,107	31.7	29.2	31.1	7.3	3.2	6.4	27,166	30,070	17,057	1,126
24 パルプ紙・紙加工品	979	34.6	32.2	34.1	6.7	3.7	6.3	24,842	28,978	15,765	455
25 出版印刷同関連産業	1,746	33.3	25.1	31.3	9.5	4.7	8.4	31,953	35,293	21,947	—
26 化学工業	652	34.4	30.3	33.1	6.7	3.5	5.7	29,639	37,618	16,340	—
27 石油製品・石炭製品製造	444	x	x	x	x	x	x	24,963	26,488	19,347	—
29 皮革同製品製造業	945	31.6	25.0	29.7	8.8	4.2	7.5	26,195	29,869	17,436	836
30 窯業・土木製品製造業	1,841	38.8	32.7	37.5	13.1	4.0	11.1	31,113	35,066	16,324	575
31 鉄鋼業	1,525	35.6	31.6	35.2	10.4	3.4	9.7	36,526	39,485	17,693	—
32 非鉄金属製造業	2,538	35.9	25.3	33.5	12.2	4.9	10.6	36,663	41,295	18,712	—
33 金属製品製造業	909	31.1	28.6	30.3	5.7	3.4	5.0	27,241	32,293	17,237	1,651
34 機械製造業	4,936	30.2	26.1	29.6	7.4	4.0	6.9	29,843	32,266	19,211	523
35 電気機械器具製造業	12,088	27.8	23.3	25.1	7.1	3.9	5.1	22,424	30,364	17,324	686
36 輸送用機械器具製造業	2,840	28.8	22.6	27.3	6.6	2.9	5.7	26,718	29,726	18,027	400
37 計測・医・理・光・時計・機械製造業	12,684	28.1	22.2	24.6	8.0	5.1	6.3	26,687	34,808	21,065	719
39 その他製造業	5,072	32.4	26.0	29.1	8.0	5.5	6.7	24,509	30,570	18,154	591
G 卸売業・小売業	2,429	29.3	25.7	27.7	5.2	2.9	4.2	24,441	28,156	18,563	506
H 金融保険業	2,159	38.9	33.9	36.6	12.5	8.9	10.8	37,116	45,260	29,190	1,000
I 不動産業	273	38.0	29.5	37.0	9.0	3.9	8.4	40,992	43,714	21,121	—
J 運輸通信業	9,831	35.5	23.6	33.5	14.9	4.8	11.5	39,742	43,345	22,918	751
K 電気・ガス・水道業	1,666	36.1	25.1	35.0	15.5	6.1	14.6	50,481	53,323	26,135	852
L84 85 修理業	408	29.4	24.8	29.0	5.5	2.4	5.2	29,421	30,950	17,713	—
L88 医療保険業								39,238	65,110	28,757	1,234

- (注) 1. 調査対象事業所は30人以上の常用労働者を雇用する民・公営事業所で計329事業所。  
2. 「昭和41年度長野県賃金実態調査」(長野県社会部労政課)による。  
3. なお、現金給与総額の欄と日雇労働者等の1人1日平均給与額の欄は、同年同月の「毎月勤労統計地方調査」による。2では男女別の平均給与額の統計がなかったため、2も3も対象は規模30人以上の事業所であり、男女総平均給与額は大同小異の結果になっている。

かも白樺問屋の平均給与額は、とびぬけて条件のよいB工芸品製作所を除けばさらに低いものになる。試みにその値は、男子29,800円、女子16,423円、男女平均23,367円となり、この方が問屋全体の平均賃金水準に近いのである。

さらに忘れてならないのは先に検討したように、問屋就業者の平均年齢が41歳を上回っていたことである。日本の賃金構造がいわゆる年功序列的で中高年層ほど賃金が高くなることは周知の通りである。男女平均年齢25.1歳の電機器具製造業の就業者総平均給与額は22,424円、男子平均年齢27.8歳の平均給与額は30,364円となっている。これは、平均年齢41歳を上廻る問屋就業者の男子賃金平均29,800円（賃金の高いB工芸を除いた平均）をオーバーしているのである。

他に平均年齢が高くて、賃金水準が低いのに木材木製品製造業があり、白樺工芸品製造業と類似の産業である。

一方では労働力の不足がしきりに叫ばれていながら、もう一方では生きるためには労働力の窮迫販売も敢えてしなければならぬ中高年令層を中心とする龐大な相対的過剰人口が存在するからこそ、問屋就業者はこのような劣悪な労働条件のもとでも就労しなければならないのであろう。今や、白樺工芸の存続はこうした相対的過剰人口の存在によって、辛うじて保たれているのである。

### 第3章 白樺工芸品の家内労働の性質と工賃

以上みたように、白樺工芸品の問屋は、販売のみを担当するだけではなく、自から製造も行なっているいわば製造問屋である。しかし、すべての工芸品の生産を問屋内部で行なっているわけではなく、その大部分を問屋外の家内労働者に依存し、問屋はいわば生産の組織者として、ある場合には原材料を支給し、その製品を買占めるなど、いわゆる「問屋制」支配を行なってきた。

しかし、こうした「問屋制」下におかれている家内労働者のうちにも、工芸品生産工程のうちの部分工程のみを担当し、独立性の弱い、家族労働力主体で家内労働を行ない、問屋に従属した家内労働者にとどまるものから、これとは逆に、いわゆる独立の居職人として、自から原料を調達し、自己所有の生産手段で工芸品の完成品を生産し、自己の責任でこれを問屋や小売商に直接販売する家内労働者までさまざまある。

また、なかには、自己の工場を所有し、幾人かの労働者を雇用し、若干の機械設備をもって流れ作業を行ない、規格化・標準化された大量生産製品を問屋に販売している「企業」に近いものもある。

このように白樺工芸品の生産者には、さまざまなタイプのものが混在し、かつ、それぞれの家内労働者が、さらにいわゆる家庭内職者を配下にかかえながら部分工程を請負わせているものもある。このような多様な生産形態が生れるのには、白樺工芸品という特殊な土産品の生産と流通諸条件にその原因があることは間違いない。いわゆる手工芸品として、高度な工芸的技能を必要とする場合は、この生産品の販売市場が存在する限り、たとえ居職人としての家内労働による小規模生産であっても、その加工賃収入は相対的に高く、いわゆる衰退職業ではない。もちろん、こういう場合でも販売市場が縮小するならば居職人の没落と窮迫は急速に進み、かれらが転職できない限り低加工賃収入で呻吟することになる。

ところが、これに対して、ほとんど技能を必要とせず、全くの未熟練者でも短時日に製品生産が可能で、しかも大量生産が不可能で手作業を必要とする多品目少量生産の場合には、たとえその製品の販売市場が拡大していたとしても、低加工賃収入にとどまる工芸品もある。この場合の存立条件は、こうした労働を希望する低賃金労働力基盤が存在するか否かによる。この白樺工芸品が、全国市場を急速に掌握できたのは、この松本市および近郊の就業者の低生活水準による低賃金労働力供給に支えられていたことは間違いない。

しかしながら、今日では、こうした低賃金労働力供給基盤は、この松本でも急激に解体しつつある。それは、若年の新規労働力が他産業や他地区へ流出し、白樺工芸品生産分野へ新規参入するものがほとんど皆無になってきたことである。これは、現在のところ相対的に高い加工賃収入を得られる工芸品の家内労働分野についても生じてきている。

こうしたことが、いかなる生産と流通条件の変化のもとで生じてきているのか、以下、若干の資料を提示しながらみてゆくことにする。なお、以下の叙述は、前述したように、白樺工芸品連合会加盟の生産者集団である各部会ごとに行なうこととする。

## 第1節 盛絵（採画）職人 = 彩画部会

### （1）盛絵の労働

ひとは旅をしたとき、みやげもの小売店で額におさまった絵を見るだろう。そしていづこの観光地の額絵もすべてがこの松本市の彩画職人によって描かれているといっても過言ではないのである。知らぬ人は唖然とするばかりであろう。この事実を知らされたときの観光客の反応はともかくとして、昨日も今日も明日も60人を下るまいと思われる彩画の職人は、孜孜として絵筆を握り、胡粉を盛りして日本全国の名所の絵を仕上げ、その技能で彼らの生活を営んでいるのである。

さて、かれらによって描かれる絵が通常「盛絵」とよばれるものであり、膠で溶かれた胡粉が、山、岩、木の幹を表わす絵の部分に盛ってあり立体感をだすわけである。したがってこれを「盛絵」とよぶ。

こうした盛絵には、胡粉の塗り方により、型盛と手盛の区別がある。前者は、胡粉を塗る部分をあらかじめシナ板に彫り込み型を作り、チリ紙などを敷いて胡粉と型の粘着を防ぎ型を起こしてベニヤ板に貼付してから着色するものであり、後者は胡粉を塗るのに型を用いず手またはヘラで盛るものである。

これら二つの手法のうち以前は型盛りのものが多かったが、現在ではその比率は逆転して一般に行なわれているのは手盛りの手法である。このうち量産に適するのは、型に胡粉を塗り込めるのは誰にでもできることから型盛の方である。これは数年前まで続いた海外向けの場合によく使用されたが、輸出が急減してからは同一図柄の絵を一時に量産することは少なくなったからである。また簡単な盛絵ならむしろ、型を作る労を考えれば手盛の方が手取り早いということもある。ただし調査した中で、金閣寺や松本城の盛絵など、胡粉を盛る部分が複雑かつ多量になるようなものを製作する盛絵の草分けである安藤秀夫氏（明治30年生れ）の場合は今でも型盛り中心という例もある。だが盛りの部分の多い本来の盛絵は漸減傾向を辿っているとみてよく、盛絵の品質は後述する工賃問題から低下している。

盛絵の創始者は前述した安藤秀夫氏で、ときは昭和22年春のことである。その頃安藤氏は鏡の商いをしており、当時は柄つき鏡といって長い柄がついていてその柄の鏡に近い方には

たいてい人形などの装飾物がとりつけてあった。かれはそういう人形も作っていたのである。

その頃、家屋の増築をしていた職人が壁に用いたしっくい余分を置いていった。かれはそれをもてあそんで人形の頭などを作っていたが、東京へ商いに行き帰ってきた藤野製作所社長子息、藤野力氏の助言があり、ここに盛絵が製作され始めた。こうして市場にでた盛絵は、松本独特のものであるし、人気をよび朝鮮戦争後のブーム時には輸出も盛んに行なわれた。現在では、印刷画などが輸出されている程度で盛絵は殆ど海外市場へはでていない。けれども国内では全国の広範な販路を獲得し、出荷額の年次曲線は上昇カーブを描き続けている。

なお最近、本郷村在住の大池千万蔵氏は、通称「スケッチ文字入り」というスケッチ（四号）の大きさで、九州各地の名所の絵とそこにちなみのある詩を組合せ盛絵（型盛）にし、さらにそれをラッカーで仕上げ光沢を出した新製品を製造した。これは1枚85円の値段でK工芸品製作所のみ依頼販売されている。この「スケッチ文字入り」の製作者が受取る単価85円は後述する一般盛絵単価と比較して15円から35円も高いことは注目すべきである。

それではかかる盛絵職人がいかなる材料で絵を描くかを見てみよう。

絵具は主として顔料を用いる。参考までに名称と正味と価格をつぎに記す。なお顔料はすべて粉末であり、これを膠で溶いて着色するわけである。

その他、金銀粉類の重量および価格は第14表の通りである。

これらの他、まれにかれらが使用するものにネオカラー（各色あり、液状 600cc 280円）とか、ポスターカラー（100種類これは水彩塗料だから水で溶く、半液状）アルファーカーラーなどがある。ポスターカラーの蛍光塗料、40ccの価格は200円、同金銀150円その他の各色は一率に90円のもの80円のものがある。なおアルファーカーラーも水彩塗料で1本90円で各色ある。膠には、たま膠、三千本膠、板膠、ゼラチンなどがあり、1貫目1,000円以上はする。また先の金粉、銀粉を溶かすものにブロンズ液（1升370円）がある。

着色に用いる材料は以上のようなものであるが、これを塗る絵筆にはどんなものがあるのだろうか。

大きく分けると丸筆、平筆、どうさばけ筆、かしわばけ筆などがあり、これらがまた大小、細太各種に分れているのはいうまでもない。大体どの職人も常時50~60本の筆を揃えている。この筆の損耗度はかなり激しく、もちろん個々の作法、描き順により異なるが、絵具、膠などの材料費に絵筆購入費も含めた総材料の総工賃に占める比率は、15~20%ぐらいが平均的なものである。うち絵具のみの比率は工賃に対し10%と見てよい。ただし一部には材料費30%を主張する向きもあることから、意外と盛絵の材料費は嵩むらしいのである。したがってこのことはこの後に述べる加工賃収入を考える際に重大な意味をもつ。

## （2）盛絵の工賃

白樺工芸連合会の昭和40年度の名簿には盛絵の職人は「彩画部会」として登録されている。会員は合計28名であるが、昭和42年9月1日付をもってかれらは連合会を脱会している。脱会の理由は工賃値上交渉に関する販売部会との衝突である。連合会に入会するときの条件は、部会対部会の団体交渉により工賃を決定するという約束であった。しかるに販売部会は再びもとの個人接衝を唱えたというのである。それならば何も会費を払ってまで連合会に所属する必要はない。

第13表 盛 絵 の 材 料

系統	名 称	正味重量	価 格	系統	名 称	正味重量	価 格	
白	亜鉛化チタニウム 白	500g	150円	ブル	リヨノールブルー	375g	220円	
	亜鉛 華	〃	130		舶来群青	600g	390	
	鉛 白	1kg	300		ブルシャンプルー	375g	250	
	胡 粉	17kg	530		金ベロ	〃	320	
	〃	2kg	100	赤	ライオン洋朱	500g	200	
伊 印 胡 粉	500g	65	新洋紅		375g	260		
グリーン	エメラルドグリーン	375g	200		クリムソンレッド	300g	360	
	花 緑 青	〃	400	光明丹	500g	150		
	シヤニングリーン	〃	200	桃紫	ローズレーキ	375	310	
	美 草 レーキ	〃	180		中紫レーキ	〃	220	
不変色 (濃ログリーン)	〃	260	茶	バーントアンバー	1kg	150		
ダイヤモンドブラック	300g	270		セ ビ ア	375g	60		
艶 油 煙 墨	400g	180		弁 柄 優光	〃	110		
松 煙 墨	小(?)	25		〃 大関	〃	95		
梅 削 墨	400g	330		〃 梅花	〃	70		
艶 削 墨	〃	220		〃 桜花	〃	50		
黒	梅 削 油 煙 墨	〃	330	砥	白 砥 の 粉	30kg	700	
	オキサイドエロウ	?	100		〃	1kg	50	
	黄	黄 鉛 青口	375g		80	赤 砥 の 粉	30kg	600
		黄 鉛 黄口	〃		80	〃	1kg	40
		レモンエロー	〃		150	純白砥の粉	30kg	850
		クロームエロー	〃		150	〃	1kg	60
エローオーカー		〃	80	粉	珪 石 粉	1kg	50	
本 滝 石 黄		600g	700		沈 炭 灰	500g	20	
オレンジ	ミールオレンジ	375g	220		満州タルク	〃	35	
	クロームオレンジ	〃	220		キラ粉	〃	30	
	クロームパーミリオン	〃	220		キラ粉上	〃	150	
	鉛 丹 (光明丹)	500g	150		黒鉛	〃	45	

第14表 盛 絵 の 材 料

金 粉	3L5 3L5	500g	750円 (同 25g 60円)
銀 粉	E7 E5	500g	600円 (同 25g 50円)
アルミ粉	500g	260円	
〃	25g	35円	
金 ダイヤ粉	200g	300円	
銀 ダイヤ粉	200g	250円	
金 梨子地粉	500g	600円	
銀 梨子地粉	500g	400円	

こうして脱会した後もかれらは月1回会合をもち、これが毎月六日に開かれることから「六日部会」と命名されている。この団体も会員間の親睦団体以上のものではない。会合で行われるものは無尽、定期的な旅行積立程度のものである。加工賃の維持・向上問題については前述の脱会の経緯などから、部会として意向を表明しても結局は個人対問屋の接衝ということに落ち着いてしまうのである。この勝負の帰



趣は始めから分っている。したがって工賃は文字通り10年1日のように変わらないのである。

そこで盛絵職人の工賃単価をみよう。なお画台のベニヤ板には薄葉紙または布が貼付してあること、および大きさの規格は苔張りと同様であるからここでは省略する。ベニヤ板は問屋から支給されることも苔張りと同じである。

この単価表を一覧して分ることは、苔張りと同じ工賃単価に上下の開きが著しいことである。1枚につき最も需要の多いスケッチで上下の格差は20円である。たとえば工賃50円の職人と大池氏が共に1日に30枚仕上げるとしよう。すると前者は1,500円、大池氏は2,100円である。1日で600円の差、1月25日絵筆を握るとすれば何とその差は15,000円と開くことになる。

第15表 盛絵職人の工賃単価

額 型	工賃単価	大池千万蔵氏の単価
1号 (ポスト)	20円	—円
2号 (半スケッチ)	30～35	40
4号 (スケッチ)	50～70	70
8号	120～155	160
横長型小	38～45	50
〃 中	70～80	85
〃 大	130～165	170
16号	400～500	600

苔張りの生産は通例夫婦労働であって、妻の就業時間6時間を含め合計18時間、それで出来高の最高は20枚と大体平均していたが、盛絵となるとどうも平均値を出すのが困難である。B氏(34歳)10～12時間従事して25～30枚、C氏(36歳)1日12～13時間従事して25～30枚、A氏(30歳)1日10時間労働して40枚、しかも妻の労働の内容が個々の場合で異なる。B氏の場合には妻は5時間下塗りの手伝いをし、A氏の場合には幼児がいるため2～3時間しか従事していない。C氏の妻は4時間ばかり下塗りに携わる。したがってかれらの収入の実態は極めて掴みにくいのである。

やむをえず、つぎのようなケースを仮定して賃金計算をしてみよう。

夫婦労働計1日15時間、1日の出来高30枚、工賃単価を平均値とされている65円としてみよう。1月26日間従事するとすると、

$$1ヶ月の工賃合計 = 65円 \times 30枚 \times 26日 = 50,700円$$

うち前述の絵具その他の材料費を1割5分としてみると、

$$実収入 = 50,700円 - (50,700円 \times 0.15) = 50,700円 - 7,605円 = 43,095円$$

となる。ちなみに時間給を算出してみると、

$$43,095円 \div (15 \times 26) = 110.5円$$

である。しかしこれでは職人とかれの妻の労働が玉石混淆してしまうのでつぎに職人のみが従事し、1日の労働日を10時間として25枚製作するケースを仮定して1時間当りの賃金を算出してみよう。

$$1時間当りの賃金 = 65 \times 25 \times 26 \times 0.85 \div (10 \times 26) = 138円$$

月間所得35,912円、この割合で1年間労働するとすると年間所得430,944円となる。

これは妙な比較になるかもしれないが、ボーナスを3カ月分支給する会社に就職した賃金

28,766円の学校をポイントでの1年生サラリーマンと数字の上では同じなのである。海のものとも山のものとも判然しない未熟な青年の賃金と、いやしくも画家のはしくれと自認する盛絵の職人の賃金とが同一なものにでているのである。

第15表工賃単価表右欄、大池氏の工賃はおそらく問屋の依頼で下請をしている盛絵の職人としては最高の工賃である。したがって下請で盛絵を描いている職人の収入の最高限は問屋のごの人への月々の支払い高を知らばよい。「月平均200,000円」だそうである。ただし、これは大池氏（50歳）のみの稼ぎではない。本人の他、24歳の青年である雇用者および大池氏の妻と妹とのこの4人の労働の代価が200,000円なのである。ちなみに24歳の青年の賃金は32,000円ぐらいである。200,000円より材料費および青年の賃金を控除（但し材料費を売上の2割と見る）した残高は128,000円である。これが大池氏夫婦と妹の月収である。

さて、工賃単価が、ここ10年来ほとんど変わらないということはすでにふれた。それでは問屋の卸値段はどうか。昭和28年11月、松本白樺工芸卸同業組合は苔張り額と盛絵額についてつぎの第16表のように協定価格を決定している。あわせて右欄に現在価格を示す。なお、42年12月10日より額縁が1枚当り10～15円値上りしたため、43年度からスケッチを300円に、その他もそれに準じて一応の協定がなされるようである。

第16表 盛絵額問屋卸値段の推移

額型	昭和28. 11. 1 よりの価格	現在の協定価格
1号（ポスト）	130 円	— 円
2号（半スケッチ）	175	175
4号（スケッチ）	260	270
8号	530	550
横長額小	220	180
〃 中	300	320
〃 大	580	580
16号	—	—

起こったことは前述した通りであるからかかる情勢下に協定価格は、かなり割高なものであったといえなくもない。

横小額の値下がりには輸出が少なくなった時期になされたのだらうと思われ、製品がダブついたときにやむをえず値下げ販売したのが、そのまま踏襲されてきたとしかいいようがないが、当時の一般的な賃金水準から見て協定価格は暴利を貪ることができたことを暴露しているのではないか。他の規格の価格にしても全く14年前と同じ値段か、値上げしたもので最高20円なのである。

昭和29年当時、月収32,000円以上の雇用者は全雇用者中僅か3.6%しかいなかった。松本市の29年当時の雇用者の平均賃金は残念ながらわからないが、昭和33年の松本市工場従業員のうち常用労働者についての平均給与額は年151,000円、同34年156,000円であったことを松本市役所35年発行の「松本の工業現況」は示している。なお白樺工芸が包括されるその他の製造業の33年の平均給与年92,000円、同34年112,000円となっている。

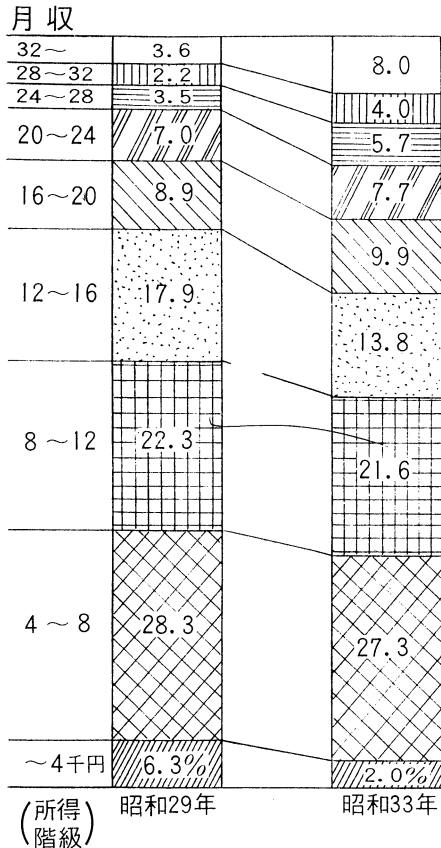
なるほど昭和28年より昭和42年までの14年間、工賃も動かなかつたが、卸価格もほとんど動いていない。動いていないどころか、逆に「横小」の場合40円の値下がりをしていいる。協定価格が決定された昭和28年10月といえば、松本の白樺工芸がにわかに活況を呈しだした時期である。苔張りの輸出ブームがこの直後に

こういう時代にスケッチの盛絵額を1枚260円で卸売したのである。大体の原価計算をしてみるとつぎのようになる。

$$\begin{matrix} \text{ベニヤ板} \left\{ \begin{array}{l} \text{薄葉紙貼り} \quad 10\text{円} \\ \text{布貼り} \quad 15\text{円} \end{array} \right. + 65\text{円} + 75\text{円} + 5\text{円} = 115\text{円} \sim 160\text{円} \\ \text{材} \quad \text{料} \quad \text{費} \quad \text{盛絵職人の工賃} \quad \text{額縁価格} \quad \text{包装ボール箱} \end{matrix}$$

これにももちろん問屋従業員への賃金が加算されねばならないが、上記市役所の調査によれば33年当時でも日給にして300円にいかない時代である。額縁と盛絵を組立てる仕事は女性でもできるから1枚当たり5円も当てれば十分だろう。

第17表 所得階級別雇用者比率



森喜一著「労働者の生活」P.200より

森喜一著「労働者の生活」p.200より

してみると盛絵1枚卸売するだけで店頭渡しなら95~100円の利益が懐中に落ちたことになる。つまり126枚扱えば工場従業員の1月分平均給与に当る金額がえられたのである。しかも33年当時日本の雇用者の50.9%は月収12,000円以下だったのである。

昭和29年に盛絵の職人がスケッチを1日に1枚65円の工賃で今より丁寧に描いて20枚できたとすると、1日で1,300円、1月26日描けば33,800円、27日絵筆を握れば35,100円となる。これより材料を当時の物価安から見て1割とみれば、前者30,000円強、後者31,500円となり、少なくとも28,000円にはなったことになる。このことは全雇用者中5.8%しかいない高額所得者の部類にかれらも入っていたことを意味するのだ。

まさに現在の職人の収入水準とは隔世の感がある。このことはなにも盛絵の職人に限らない、苔張りの場合はこれ以上であるし、彫刻師の場合も大差がない。

要するに昭和29~30の2年間は白樺工芸が最も潤った時期だったといえるだろう。製作者も問屋も双方が恵まれた時期なのだ。

ところが昭和30年代に入るとともにあらゆる産業の賃金水準は年々急速に上昇してきた。これに対して、頑なに据置かれた工賃と他方では急騰する物価の関係で職人の生活水準は年々下降線を辿ってきた。

かれらが生活水準の維持および改善を図る道は、問屋への工賃値上げ交渉が一蹴される状態では、第1に生産性の向上を図ること、第2に労働時間の絶対的延長という原始的な方法をとることの二つの道しか残されていない。

第1の方法で具体的な方法は、彩色の手間を削減して出来高を増やす方法である。本来の絵は明るい色から暗い方へ彩色されるものである。だが今ではバック一面を先ず黒く塗り潰

し、その上を明るい色を塗り起こしてゆくという邪道とも言える手法が一般的になっている。すなわち工程と手間を削減するいわゆる手ヌキをやるわけだから絵の品質が低下するのは当然である。かかる状態で描かねばならない職人には、もはや芸術を標榜する余裕や誇りは片鱗もなく、出来高を上げるに汲々として、いい絵を書こうとの意欲すらもない。

けれども手ヌキにはおのずから限界がある。そこでとられるいま一つの方法は労働時間の延長である。自宅の一室で絵筆を握る家内労働の職人の労働時間は、少い人でも10時間、平均12時間、多い人では13、14時間に達する、さらにほとんどの職人の妻が、家事、育児に携わる時間を除き、下塗りをしたり、胡粉や砥の粉を盛ったりして補助労働に従事している。

### (3) 問屋と盛絵職人との関係

盛絵の職人の数は、60人を下るまいといわれる。うち4分の1程度は問屋の従業員として直接雇用されて絵筆を執っている。

残りの4分の3は独立して自宅で問屋からの発注をえて、下請の工賃仕事をしているわけだが、こうした職人の一部が、前出大池氏の場合のように、後継者の養成をかねてさらに職人を雇う、早くいえば弟子を採ることもあるわけである。

いうまでもなく、盛絵もまた観光みやげ品としての商品であるならば、観光客に買い気を起こさせるものでなければならぬ。すなわち売れる絵を描くことが、盛絵職人の存立条件であり、それでなければ生活が成立しない宿命にある。要するに芸術性などの問題ではなく俗受けのする作品を描けばよいのである。そういう絵が描けない職人には注文がいかないことになる。

はたして、おおかたの盛絵の職人に対して、年間を通じて平均した発注があるようになってからの期間は極めて短い。それは39年のオリンピック以降のことであるという。近年のレジャー観光ブーム、ウインタースポーツの隆盛により冬期間であっても漸く仕事が続くようになったそうである。

ところで職人と問屋との絆はこんなものである。要するにウデの問題なのである。問屋はウデのある職人の獲得を図るし、職人はまた注文の安定した問屋との結びつきを望むのだ。

専属という通り言葉が白樺工芸のなかにある。それは一定の職人が専ら一定の問屋の下請依頼を受けて労働に従事するとき、A職人はB問屋の専属である、という意味である。

この専属とは盛絵職人に限らず、貼画、彫刻、ときには木地屋にまで存在するものであるが、専属の場合には概ね余程のウデの良いものでもない限り工賃はフリーの職人より割安になっている。その代わり、年間を通じて問屋から仕事が与えられるという限りで、一応収入の安定を保障されるわけである。

したがって専属、フリーのデマケーションも職人の腕に帰するわけである。

典型的なフリーとでもいうべき職人が、調査したなかに1人いる。盛絵職人ではないが、ここで触れておくことにする。

明治44年生れのH氏は、第1次大戦から昭和4年に至る10年間の世界及び日本資本主義の慢性的危機の下に、少年期と青春期を過し、東京美術学校卒業後松本に帰り、白樺工芸勃興期の当時より、天分を利用し、白樺斜切焼絵、立体登山人形、斜切り彫刻、その他の立体彫刻、木製ブローチ、盛絵、苔張とあらゆる工芸品製作に従事してきた人物である。現在では孤立無援と蔭口を叩かれながらも、優れたウデの故に恐らく他のすべての職人より経済的に恵まれて、超然として、直径50cmにも及ぶネズコの木に彫刻のノミを奮い、見事な鷲の立体

彫刻、カモンカの首等を彫るいわば「芸術家くずれ」である。かれの作品は直接、都会のデパートとか、浅間温泉の小売店と取引されている。

かれは人も及ばぬ才能の故に、問屋に頼る必要も、製作者の団体を作り待遇改善のための団結をする必要も感じないのである。

ちなみに彼の平均月収は100,000円を下らない。先の鷲の立体彫刻は高さ60cm程のもので、親鷲は鋭い爪で獲物を掴み、傍に2頭の子鷲を彫刻したものであるが、製作に3日を要し、なんと、25,000円で小売店に引取られるという。

ところで、これ以外に調査した職人の場合は4人とも比較的若く、30歳のA氏は定時制高校在学当時から美術クラブに所属する一方、昼間2年間S工芸で修業している。就業年数13年。子供1人。

34歳のB氏、36歳のC氏は戦後の不況期に学校を卒業しているが、就職口なく知合いの紹介のままに絵筆を握り、共に3年間修業の後独立している。子供2人。

42歳のD氏、高等小学校を出て横浜市鉄鋼会社に昭和30年まで勤務した。身体を悪くしたため、東京美校卒の父親が看板屋をしていたことから、見よう見まねで盛絵を修得して独立している。子供なし。

この他、前出大池氏は昭和初年より苔張り、斜切の絵その他を手がけてきており戦後盛絵の誕生に伴って盛絵専門となっている。

また異色の存在として、日展に二度も入選した前歴を持つE氏がいる。かれは、多くの弟子を養成し、現在では盛絵のみを扱うM工芸株式会社の株主となる傍、家で弟子を数人とり、技能の伝承を行なっている。

以上述べてきたように、とにかくこのままの状態では、盛絵の品質は悪化の一途を辿るだろう。それは一に職人の工賃の問題に帰することである。工賃の値上げがなされない限り、職人はさらに能率を上げなければ生活水準を維持出来なくなる。この結果盛絵の品質は、職人の手ヌキのために悪化せざるをえない。そうしてやがて、そのような盛絵を買う観光客もいなくなるだろう。職人の賃金が上昇し、生活に余裕ができれば、品質の向上を期すこともでき、市場を獲得することができる。しかし、現状では、こうした方向はみられなくなりつつある。

## 第2節 貼画職人＝貼画部会

### (1) 貼画の労働

前述したように、貼画額の生産の変動は激しい。昭和29年から30年にかけての白樺工芸品の輸出ブームが生じた頃には、なかでもこの貼画額は、代表的な輸出の花形商品であった。だが、この輸出ブームが去るとともに、この生産高が激減した代表的商品も、この貼画額であった。

こうした特徴をもつ、貼画額は、昭和5年頃、山形村の村上進、大池省吾両氏によって創始され、以後、次第に製作技術も向上し、就業者も増加しはじめてきた。

こうして創始された貼画額は、おおむねつぎのようにして生産される。

貼画額の材料は、合板、白樺の皮、きわだの皮、こけ(2,000m程度の高地のものが最良)糊、釘、絵の具である。この生産工程は、(1)白樺の皮ときわだの皮で風景画の場合に山、丘、道路などを描きだす。(2)数色に染色した苔で森、林、などを描出する。この苔は糊

付するのであるが、防黴、防虫剤の混入が必要である。(3) 橋または植木などを挿入して仕上げる。(4) 空、水などの彩色をする。

生産形態は一貫作業で流れ作業をしている一部の工場を除き、大部分は作業を細分し、このうち一部を家庭内職に発注して生産を行なっている。この場合工程をスムーズに家庭から家庭に流すために、作業の専門化と分業体制が作られている。

貼画とはいっても、樹木の皮を貼るところがミンなのである。なお最初は天地ばりといって水の色や空の色については色紙を貼っていた。材料にキハダを用いたのは、少し遅れた時期であり、朝日村の清沢某という人物が工夫して考案したらしい。実は、苔張額に使用するこのキハダの樹皮は、薬物となる部分はすでに除かれたものである。したがって職人はこれを「クソツ皮」とよぶが、クソのようにタダでは手に入らない。1貫目450円もするのである。

苔張額は前述したような材料で作られ、工程も前述したのと同じである。こうして観光地の風景を絵ハガキをもとにして貼画にして描写するわけである。

ところで苔張額の生産は、まず問屋からつぎの第18表に示した各号の大きさに裁断したベニヤ板が注文の数だけ渡される。なお、このベニヤ板の大きさは、盛絵額と共通である。ベニヤ板には紙貼りのものと布貼りのものがあり、それぞれ値段が違い、布貼りのものが平均5割方高くなっている。

第18表 額型別・苔張職人の工賃単価・額縁単価・ベニヤ価格・卸価格等

ベニヤ寸法		額型	ベニヤ価格		貼画職人の工賃単価		同・彩色済の場合	額縁(本縁)単価		苔張額卸値	
			紙貼	布貼	~41年	42年度		~42年	43年1月	昭和28年11月	~42年
タテ 3寸1分	ヨコ 4寸7分	1号(ポスト)	3 円	5 円	27 円	— 円	— 円	50 円	90 円	130 円	— 円
5寸	7寸	2号(半スケッチ)	7	11	45	50	58	65	80	200	220
8寸	1尺1寸	4号(スケッチ)	12	18	63	73	83	76	95	260	290
1尺1寸	1尺5分	8号	23	32	150	160	175	175	190	530	650
6寸	1尺	横長型小	7	12	49	55	63	66	85	220	230
7寸	1尺5寸	〃 中	12	18	87	98	108	97	115	300	370
8寸	2尺	〃 大	23	32	165	175	190	186	200	580	680
2尺	1尺5寸	16号	—	—	700~ 800	700~ 800	850	—	—	—	—

(参考) ベニヤ板価格 (栄光舎調) (貼画部(金子工)調) (会員調) (百瀬木工所調) (上条工芸調)  
(3尺×6尺)=190~200円

職人はベニヤ板ととも渡された発注伝票にしたがい、各観光地向けの苔張を既述した材料を用いて、小刀、ピンセット、ハサミ、釘を打つ金槌などの労働手段を使用して貼画を作成する。

さて、調査した4人の貼画職人はいずれも着色しないまま(水、空などの彩色工程に携わらない)、(3)までの工程を加えたものを問屋に返す。したがって第18表の工賃は(3)の工程までのものであり、貼画職人が(4)工程まで行なうときの工賃は、(3)工程までしか行なわない職人のそれよりももちろん高くなっている。(3)の工程まで作業の進んだ貼

画は、問屋によって回収され、問屋内または独立している彩画職人によって第(4)の工程の作業を経た後再び問屋によって回収され、額縁製造業者から第18表の価格で購入された額縁におさめられて、ここに完成品、貼画額が生れ、第18表の価格で需要地へ出荷されるという順序である。

## (2) 貼画職人の工賃

貼画職人の団体である貼画部会は、白樺工芸連合会各部会のうちで、もっとも少人数の加盟者しかいない。昭和42年現在は7名で前掲第1表によれば5年前には25名存在していた。さらにさかのぼったブームのときには貼画製造にあたった就業者の総数500人はいたとされている。現在は貼画製作就業者は総数にしても20名足らずである。文字通りの急転直下の変わりようだといわなければならないが、一体何故貼画に限って就業者がかくも激減したのだろうか。

昭和30年晩秋、粗製乱造で夥だしい注文に対処していたため、粗悪品が貿易商の眼にとまりだした。その頃、大口バイヤーであったユナイ特貿易の倉庫には船積の遅れた貼画額が山積になっていた事情もあり、生産中止を宣言してきたことから、度を失った問屋組合が換金を焦り、遂には生産費すら大きく割る価格に至る廉売競争の口火を切ったことは既述の通りであり、これによって貼画の製造が一時全面中止されたのは当然であった。けれども、昭和37年に上述のように25名はいった貼画部会員が、その後5年間にわずか7名に減少した理由は何なのか。それはこうした過程で労働条件が劣悪化したからに違いない。

職人の工賃が、ここ10年間殆ど横バイ状態なのは盛絵職人と同じである。第18表をみると5~11円の単価の上昇をみているが、これは、キハダ白樺樹皮の材料費の値上げ分しか補填しない(第19表参照)のであって、とくに37年頃から、騰勢著しい消費者物価の前に到底生活が維持できなくなり、他の職業に転職したのに違いない。そこで、かれらの現在の工賃水準をみよう。貼画職人のすべてが家内労働者であって、盛絵職人の家内労働と違うことはほとんど職人単独でなくして夫婦で生産がなされていることである。調査したのは4人の貼画部会員についてであるが、いずれも夫婦で労働に従事し、2人の合計就業時間は16~20時間に及ぶ。これだけの就業時間で、出来高枚数はスケッチ15~20枚にとどまる。妻に用があったりして職人のみで製作するときには8~10時間就業して同じくスケッチが10枚しか仕上がらないという。するとこの場合の工賃収入は、

夫婦労働の場合の1月の工賃=15(枚)×73(円)×26(日)=28,470(円)

職人が1人では=10(枚)×73(円)×26(日)=18,980(円)

となり、これだけでも低加工賃であるのに、さらにこれから材料費の最低限度2割を控除すれば、前者24,776円、後者15,184円にとどまる。

これで貼画部会員の短期間における激減の原因は明らかである。盛絵の場合にはまだ手ヌキができるという条件があったが、樹皮を丹念に貼りつけて製作する貼画では、空と水の部分を大きくするより他に時間と材料費を節減する方法はないとされる。

かくて貼画職人に残された、生活水準の維持及び改善を図る道は就業時間の絶対的延長以

第19表 貼画の材料費の推移

(貫当り)

種類	年度		
	昭和37年	昭和41年	昭和42年
白樺樹皮	320 <sub>円</sub>	480 <sub>円</sub>	550 <sub>円</sub>
きはだ樹皮	320	350	450
苔	—	300	400

外にはない。平均的に苦しい生活をしている白樺工芸だが、貼画部会は低生活水準の最たるものである。かかる劣悪な労働条件は、他の白樺工芸連合会各部会でも職人が再生産される可能性を潰すと考えなければならない。貼画部会の1人のうち、調査した5人の平均年齢は47歳であったが、こうした情勢のなかに、貼画の創始者村上進の次子が中学校卒業後、白樺工芸に貼画と盛絵を修得し23歳の若さで現在貼画部会に所属していることは極めてまれな例であるが、第18表で貼画職人の彩色済み工賃は、かれの単価である。つまり、第(4)の工程まで仕上げる技術がかれにはあるため、僅かではあるが、工賃は他の貼画職人よりいいわけである。

だが、白樺工芸でもっとも日の当らぬ部会、貼画部会にかれのよう若い労働力が存在するのはむしろ例外であって、かつては白樺工芸の看板商品として爆発的な輸出ブームをよんだ貼画の未来は衰退傾向にあることは疑いない。

### 第3節 彫刻職人 = 立体彫刻部会

立体彫刻の歴史はそのまま白樺工芸の歴史に通ずる。その濫觴は今を去る半世紀前の大正6年、清水湧水、堤寅雄(1895～ )などがアルプス土産品として登山客を対象にして登山人形、登山用具などを立体的に彫刻し、現在の松本駅前の松田屋土産品店、当時の松田国太郎煙草及び雑貨店に陳列したのに求められ、それが松本白樺工芸の嚆矢となったことはすでに触れた。

古くからこの地方では木工業が盛んであったから、上記木彫工芸土産品の創始者を含む建築の伽藍、欄間などの彫刻師が数多く存在した。はしなくもこの事実が今日の白樺工芸の卵となったのである。卵が雛に孵化したのは前述したようにある意味では全く偶然によってである。もし清水、堤の両彫刻家が信濃山岳会の会員でなかったとすれば、また槇有恒の講演をきかなかつたならば、白樺工芸の卵は遂に孵化しなかつたかも知れない。ともあれ卵が雛になったのは彫刻の職人が松本に存在したことと、たまたまかれらの一部が槇の講演を聞いたということによってである。

こうして彫刻家によって創始された白樺工芸は首尾一貫して彫刻で売ってきたのである。この手作業による彫刻という優雅で、一面素朴な特質こそが他の地方の小木工土産品に見られない松本白樺工芸土産品の特色となり、美点となり、強味となったのであり、創業以来半世紀にわたり堅実な歩みを続けることを可能にしたといっても過言ではあるまい。そしてこのことは今日に至ってもそれほど変わってはいない、状差、壁掛、柱掛の類の製作過程には必ずといってよいくらい彫刻刀が使われる工程があることはこれを示している。

とにかく白樺工芸土産品の真髄は常にこの彫刻という技術的基盤にあった。立体、半立体のいかんにかかわらずである。

さて、現在の立体彫刻部会の動向であるが、その代表的商品は動物彫刻の熊、堤寅雄が保護登録証を獲得し排他的に製作する雷鳥、登山人形などである。土産品としての立体彫刻には以上のほかに本格的な立体彫刻として、土産品を脱皮し高額所得者を需要の対象とする高級室内装飾品たる置物があるし、カモンカの首など柱掛もある。

ところで、この立体彫刻は白樺工芸全体のなかで「工芸」の名に値する分野であり、もっとも技術的基礎を要するのはもちろん、芸術的才能すら要求される。したがって貼画、趣味人形などの細工ものの製作とは異なり、労働の内容が質的に高度であり、工賃単価も他に比



べれば高くなっている。そのため盛絵、貼画、趣味人形部会のような、夫婦ぐるみの長時間労働でなければ生活できないというような暗い面はなく、職人は比較的伸び伸びとして製作に従事しているといえる。もっとも同じ彫刻でも板彫彫刻になると少々様相が違っている。

ところで北海道土産として有名な木彫の熊をとりあげよう。これには大小さまざまなものがあるが、梓川村立田で製作されているのは大型のものである。K氏(1906～ )宅にはかれ以外にL(36歳)、M(33歳)、N(29歳)の3人の彫刻職人がいるが、うちL、MはKの息子であり、Nは通いの職人でKから工賃を取るといって就業している。Kは戦前は諏訪で製糸業に携わっており、戦後になってから松本の中村有蔵白樺工芸問屋で1年間の技術的修業を経た上記Lとともに白樺工芸の生産者となったもので、かれには彫刻の技術はなく、もっぱら3人の職人のために素材を昇降盤にかけ、それを木工ミシンで型を抜くなどの段取を行なうにとどまっている。

さて、ここで製品は1尺のものの大型熊が主であり、「鮭喰い」、「たち熊」、「はい熊」などがある。順にメーカー出荷価格をいえば、1,200円、1,200円、1,000円である。他に親子熊という3匹でワン・セットとなる小型のものがあ、このメーカー価格は220円である。ただしこれらのメーカー価格は43年1月改正のものであり、その前10年間はほとんど同価格で続いてきたもので現在価格より各1割方低いものであった。

つぎにこれらの熊の工程を見ると、(1)乾燥したシナ、サワグルミを丸ノコ盤、昇降盤、木工ミシン、ドリルなどで木取、型抜きする。(2)彫刻(角、丸、平、三角など大小多種類の彫刻刀、ノミによる)。(3)材木用染粉を用いての染色。(4)(3)が乾燥してから靴墨を用いてツヤを出す(ついでながら、ここでは年間の靴墨の使用量は、15kg入り缶を3本である。金額にして約3万円)。ちなみにこの(3)と(4)の作業はK、L、Mの妻が行う。

つぎにかれらの収入状況を見よう。

家族労働力でない職人Nの場合、1月25日間、1日の平均労働時間9時間で、受取る工賃の合計は40,000ないし50,000円である。上下の開きは、大型な1尺ものの工賃に比し小型の親子熊の場合、割安に決定されていることによる。すなわち大型のものが賃率がよくなるのは貼画、盛絵などの工賃の決定方法と同じであり、それは必ずしも製作に要する労働時間、労働密度、材料費などを反映したものではなく、多分にムード的なものであることにもとづく。収入の点からも、この白樺工芸の分野でも盛絵、貼画、趣味人形部会のどれよりもよい。何よりも家族労働力の労働がなくてこれだけをうるというのは他には見られないことである。

上の職人Nの他、L、Mと事業主Kの労働の成果は年間出荷額3,000,000円に表現され、これを月平均にすると250,000円となり、K、L、M家族3世帯の収入は、Nへの支払い分を控除した200,000円前後ということになる。ところで出荷額に占める材料費(木材、染粉、靴墨、彫刻道具)の割合は2割と見られているからK一家の実収入は160,000円程度であらう。

なお、ここでもっとも腕のよいLに彫刻刀を持たせ前述の「鮭喰い熊」または「たち熊」を彫らせたとすれば1日(11時間労働)5個を完成するという。この場合、染色、ツヤ出し工程は別にしてではあるが、この割合で毎日仕事するとなると彼1人でもかなりの収入になるが、そう注文が多くはないということから年間収入はこれほど多くない。ちなみに、ここ

の取引問屋は5軒であり、生産個数の多少にもよろうが趣味人形部会のGの8軒、Hの12軒に比べ少数である。しかも、それらの取引先が安定した経営内容を持っており、したがって注文も安定している。これは恐らくL、M、Nの彫刻的技倆の優秀性を立証するものと解してもよからう。

それでも事業主Kはいう。立体彫刻のうち北海道土産品のみでなく広く人気のある熊ではあるが、見通しは必ずしも明るくないと。メーカー価格の上昇も過当競争の結果問屋に頭を抑えられ期待薄だし、様子を見てよくなければ観光土産品としての木彫熊の製作を中止し、さらに技能を要する高級ルーム・アクセサリ製作の方向への脱皮を考えていると。

もちろん、これにも結局は製品の流通機構に問題があることが明らかに一因をなしている。「鮭喰い」、「たち熊」、「はい熊」の小売価格は4,000円前後だというのである。これはメーカー価格の約3.5~4倍である。このことは最終販売価格に占める流通コスト（包装費および運賃など）と販売マージン（卸、小売マージンの合計）の合計が71~75%であることを意味している。Kもこれを指摘して言う。「小売がもっと値を下げれば売行きは好転すると思うのだが」と。

白樺工芸土産品の流通機構は簡単なもので、同じく流通マージンが小売価格の大半を占める野菜・果物などの生鮮食料品のそのように複雑なものではない。にもかかわらずこの流通マージンの高さは後者のそれに匹敵する。もちろん、観光土産品として非常な制約を受けてはいるが、各観光地に軒を連ねる土産品店を製作者と問屋が養わねばならないなどという馬鹿げたことはない。現状では小売店はメーカーの生血を喫って寄生している観がある。

つぎに、清水湧水とともに白樺工芸の生みの親ともいべき堤寅雄の場合をとりあげよう。かれの一生は白樺工芸の変遷とともにあった。大正6年(1917)以来半世紀も登山人形、白樺斜切、木彫動物など彫刻のあらゆる仕事に携わってきた。前述した熊の創始者は「松本商工会議所五十年史」によれば、堤寅雄、堤光次郎兄弟となっており、またかれは昭和初年この大熊の彫刻で鉄道大臣の表彰を受けたと記されている。欄間の彫刻から工芸土産品の彫刻に転業したとき、かれはまだ22歳の青年であった。ところがいまや、体力の消耗はいかんとも仕難く、雷鳥の彫刻を細々と続けている。この雷鳥製作の内容を探ろう。

これは41年7月に保護登録証を交付された、正式には焼模様付雷鳥と呼ばれるもので、大、中、小型の3種類があり、メーカー価格は順に170円、130円、60円である。素材は先の熊と同じくシナ材であり、取引問屋は前掲第3表の(1)と(4)となっている。かれの収入状況だが、体力は衰えても日当1,500円くらいにはなるといふ。その名のとおり焼きゴテで雷鳥に模様をつけねばならない、かなりの技能と修練を要する格調高い製品である。その考案には大変な努力を要したらしく、雷鳥が人工的に飼育されていた大町まで頻繁に通い季節的に変色する羽毛の状態を観察したという。他の職人には真似のできない洒落な趣きがある。かれの仕事場には23歳の通いの彫刻職人がいるが、雷鳥の製作は、中卒後彫刻を習ったかれにも困難なのだろう。雷鳥は堤寅雄の作品以外には、市場にでていないことになる。ついであるが、上記の青年の月収は30,000円程度であり、年齢、学歴を勘案するとかなり高額だといえるだろう。若いときも、年をとっても工賃が同じというのが白樺工芸職人の特徴で、熟練者もかけ出しも同工賃というのが伝統的である。

松本白樺工芸にあっては、ひとり盛絵の職人についてのみ特例的に技能に応じた上下の加工賃の開きがあるだけで、貼画、彫刻部門では熟練者もかけ出しの者も同工賃で従事してい

る。こういう工賃決定方法でしかも非常に低く定められ、このことは必然的に職人をして粗製乱造にはしらしめる。こうして一つのものの品質が低下するにつれ、やがて倦きられると再び新しい製品が生れでる。これはもはや、工芸品ではなく細工ものとしての価値しかない、といつてよい。

過去半世紀の白樺工芸が激しい浮沈を繰返してきた理由は、第1にこの工賃決定の仕方にある。苔張りブームが冷え、突如として生産中止となった遠因は明らかにこれであろう。第2に販売ルートが土産品店に限っていたことである。これは、白樺工芸が販路を土産品店のみに限らねばならないという、この種の製品市場の特殊性に規制されているとみななければならない。これについては、しなの工芸が先駆者になり、現在工芸部会の一部で土産品生産から脱皮し、単なる土産品としての細工物でなしに、工芸品生産に向いつつあるのは、こうしたことへの対応の一つである。

とにかく一率同工賃にならざるをえないことは、明らかに再検討されなければならない問題である。工芸の名に値するこの彫刻部会では少くとも能力に応じて工賃を決定し、もっと有能な職人にはさらに技能を練磨する機会を与え、高級工芸品を開発することは一種の改善策であろう。高級工芸品にはそれなりの販売ルートがあり、工賃の上る条件があるからである。

#### 第4節 板彫彫刻職人 = 工芸部会

板彫彫刻とは半立体彫刻のことで、この代表的なものとしては現在ほとんど製作されなくなった白樺斜切彫刻があり、白樺を丸のまま皮付きで斜切にしたものに景色を浮彫（レリーフ）にし、これを顔料で彩色したものである。これは小県郡神川村の日本農美の作品をヒントに、松本の彫刻技術を利用するという独特なものであったため、大正12年の関東大震災以降初めて市販されて以来、苔張額がブームをよぶようになった昭和27、28年頃まで隆盛を誇った製品で、戦前は焼絵とならんで松本白樺工芸の花形商品であった。

これについて「松本商工会議所五十年史」につきのような記述がある。

「大正7、8年頃、信濃毎日新聞松本支局長であり、松本市会議員であった牧伊三郎氏は同志、井口良一、矢沢米三郎、高野令蔵、丸山尚、山口勝等と共に信濃山岳会を組織し、日本山岳会に加盟して、山岳調査、登山案内等の業務を開始したことと、同会主催のもとに開催された楨有恒氏の欧州アルプス記念講演、松商学園で開催された山岳展覧会で紹介された山岳土産品にヒントを得た清水湧水、梶寅雄両氏をはじめ、松沢、丸山両氏等相次いで従来の登山人形の他、新たに白樺材を用い斜切りに彫刻色彩を加え、駅前松田国太郎氏、仲町熊谷蛋蔵氏等によって多量販売の方途が講じられた。かくして白樺斜切彫刻品は予想外に登山者の好評を受け前途有望視されるや、松本市大名町小野山善三郎氏は突如意匠登録を申請し、その独占を企図したため、前製作者清水湧水氏との間に争いを生じ、遂に訴訟沙汰となって、数年に亘って争い、小里松本市長の証言で小野山氏の敗訴となって紛争は落着した。」

上の記述のうち明らかに間違っているのは、斜切彫刻の発生は大正末年のことであること、訴訟の当事者は清水湧水ではなかったことである。すなわち清水湧水と組んだ高木バン十郎が小野山を相手どって、彼の意匠登録権の無効を確認する判決を求めて提訴した民事訴訟であった。それに小野山は敗訴してはいない。敗訴は高木であり、その道理である。概ね

意匠権は早いもの勝ちであるからである。しかしそれにしては斜切彫刻は独占製作されていないようである。どういうわけであろうか。

ともあれ、白樺工芸にはこういうエピソードもあることを紹介しておきたかった。人間の欲望はときどきこういう狭い了簡を起す。1尺高い処からこれを見れば滑稽であるが、当人にはそれがわからないのである。こうした傾向は現状の白樺工芸にもないとはいえない。弱い者同士がケンカをしても始まらない。双方傷付いた頃に腐肉を漁るハイエナが跳びかかるのがオチである。

さて、余談はさておき本論に戻ろう。上記レリーフの他、半立体彫刻の範囲は広く、状差、壁掛、柱掛の他一部には額椽にも採用されており、白樺工芸と彫刻というエレメントは切離せないものである。

ところで、板彫り職人の労働の内容には、問屋から依頼された彫刻の仕事を受賃を受けてするものと、工芸部会に依頼された工賃仕事をするものの二つがあるが、要するに彫刻的要素を含んだ土産品生産過程のうちの彫刻という部分工程の作業に当るものである。普通、彩色はしない。

これについて、その具体的例を二つあげよう。

第3表(1)の事業所の専属として彫刻を行なっているO氏(1916～ )の場合、材料はすべてすでに型抜きの済んだものが支給され、これに一定の彫刻を施すのであるが、その彫刻工賃が20～500円と種類別に決定されていて季節ごとに種類が異なり、とても数えきれないくらいだという。工賃単価が最高500円のものは大名行列という壁掛に貼りつける9人の大名を半立体彫刻するものであるが、これだと1日10時間労働して2組半ぐらいはできるといふ。問屋から依頼されるこうした彫刻工程の仕事のうち、もっとも多いものは北海道土産品たる状差にアイヌの肖像を彫刻する仕事だということである。

同じくP氏(1917～ )の場合、労働内容は上記O氏とほとんど同じであり、かれもアイヌの風俗を主として彫刻し、冬期間はスキー場向けの土産品である立体彫刻としては小型だが、スキー靴の彫刻に当る。

こうした家内労働の彫刻職人によって彫刻工程の終わったものは、問屋の手によって集められ、今度は問屋従業員の手で彩色、包装され完成品となる。

彫刻職人が使用する労働手段は、柄を金槌で叩いて使用する、角、丸、平ノミなどのいわゆるタタキノミと、手で使用する間スキ、三角刀、片切り、平刀、丸刀などであり、これらがそれぞれ大小5種類以上はある。これらのものは年中研磨が必要なため、3年程度で摩耗するが、価格は400円～2,500円で平均すると1本600円～700円となるといわれる。

職人の工賃は出来高払いであり、支払いは各月の15日と月末に小切手で支払われる(現金で支払うこともある)。前述O氏の場合の平均月収は40,000円、これにかれの妻の行なうごく簡単な彫刻(1日平均4時間従事)の工賃9,000円があり、合計49,000円である。

P氏の場合も大体同様で夫婦で月収50,000円が平均だといふ。O、P両氏とも1日の就業時間はほぼ10時間である。

板彫彫刻の職人は問屋または工芸部会から材料を支給されて、それに加工をするだけであるから上の工賃はほとんどそのままかれらの実収入と見なしてよい。彫刻刀、ノミの類は自己調達しなければならないが、これは耐用年数が3、4年というから大した額にはなるまい。こうみてくると、盛絵、貼画、趣味人形の職人より比較的恵まれているということができ

る。だが、この彫刻でも職人の再生産が行なわれている例は、稀である。ちなみにP氏には4人の子供があるが、2人の男の子はともに高校と中学を卒業して他産業に就職してしまい、後継者はいない。とくにこの彫刻という技術は一朝一夕で修得できるものではないから、現在の彫刻職人が引退するときまでのものである。

なお、この種の彫刻職人の養成のされ方については、清水島太郎が興こした好雅堂で行なわれた徒弟制度の内容から、これをうかがい知ることができる。上記のO、P両氏はいずれもこの徒弟生活を経験し職人になったものである。

すなわち好雅堂の徒弟制度は、年期奉公計7年、うち最後の1年は礼奉公とよばれるものであった。7年のうちに伽藍、欄間、工芸土産品の彫刻技術を親方から伝授されたものであり、この7年の年期奉公期間は尋常高等小学校卒業時から満20歳に達し、徴兵検査を受けるまでの期間である。これが当時の一般的な徒弟制度であった。

さて、P氏によれば最初の2年間は全く無給であり、もちろん住込みで親方の家の掃除・洗濯・雑用までした。盆と暮れに小遣い銭と着物を貰い帰省を許された。後の5年間はいつ小遣いぐらいは与えられたそうである。最後の1年間は礼奉公とよばれ、これが済むと満期となり大工道具一式（昭和13年当時約100円）と報奨金300円が親方から下賜されたという。ちなみにかれの年期奉公は昭和6年から13年5月までの7年間であり、その当時の労働者の賃金とうえの報奨金とを較べて見よう。

P氏が7年間年期奉公の後、親方から貰った道具一式と報償金の合計が400円だとすると、これは当時の労働者の平均月収が約80円だったから、5カ月分に当るということになる。

ところで、前掲第3表によれば工芸部会会員は昭和42年現在37名であり、37年3月の会員数26名より11名増えたことになっている。これは彫刻職人のうちの板彫職人が工芸部会に編入された結果で、そのことは立体彫刻部会員数の激減をみれば明らかのように、37年までは立体彫刻部会に属していた半立体彫刻職人が工芸部会に新たに列したというだけのことである。したがってこの編入分を差し引いたならば、工芸部会員そのものは恐らく減少していると思われる。

工芸部会会員のうち半立体彫刻職人については、すでにみた通りである。そこで以下他の工芸部会員の様子を紹介する。

工芸部会は挽物部会などと違い、加盟業者の生産規模は上下差が著しく、下は生業の域をでない単独業者から、上は資本主義的企業とよべるものまで多様であるが、すべての工芸部会員に共通していえることは額縁部会と同じく、その生産工程に多かれ少なかれ木工機械の導入がなされていることである。この規模の大小により工芸部会で製造される製品には違いがある。これには各種状差、壁掛、柱掛などの土産品向けのものと、ペンタテ、時間表たて、マガジンラック、スリッパ掛などの日用実用品とがある。このうち土産品向けの生産規模は小さく、工芸的要素を含む日用品の製造を行なう者の生産規模は比較的大きい。

そこで、まず土産品を生産するS工芸製作所についてみることにしよう。

ここには従業員が常時3名（男1、女2名）いて、ショイコ状差、サカナ、コマグルマなどの純然たる土産品が生産されている。木工機械では昇降盤、穴ホリ機、ボール盤、帯ノコ盤などが設置されているため木取、型抜作業は能率が上がるが、その後の工程が非常に手間をとり、しかも工賃がショイコ状差（50円）、コマグルマ（45円）と非常に安いので、月間売

上高は140,000～150,000円に過ぎない。この売上高より3名の従業員の賃金（女子日当500円、男子1,000円）合計約50,000円、材料費を3割と見た場合40,000～50,000円、工場家賃及び電気料15,000円、さらにサカナの彫刻を依頼する板彫彫刻職人への工賃支払い分約10,000円を控除すると、事業主Sの手許に残る実収入は30,000～40,000円に止まる。これでは「やめたい」というのも無理もない。

生産者価格は現状では製造原価をやっとつぐなうにとどまり、利潤獲得は不可能である。売上の絶対額が低いのに加えて、しかも労働者を低賃金水準で雇用しておきながら、売上の3分の1を賃金コストに喰われるほど労働生産性は低い。

労働集約的な白樺工芸は最近の賃金上昇のために、従来通りの低賃金労働力供給に寄生するという存立基盤を失いつつある。何故なら、白樺工芸のメーカーには賃金コストの上昇を販売価格の上昇という形で解消することが許される条件がないからである。

### 第5節 額椽の生産者 = 額椽部会

白樺工芸で額椽らしきものが初めて使用されたのは焼絵（ベニヤ焼絵）の椽であり、白樺の皮付きの丸太を四つに割って、四方に打ちつけるという簡単なものであった。その後の額椽の動きについては、ローラー椽、本椽と歩み、現在ではこの本椽をはじめテックス、洋椽などが主流をなし、多種類におよぶ。広く額椽の製造といえば松本地方には20数軒の額椽製造業者があり、本格的な洋画の高級額椽を製作しているものもある。ここではしかし白樺工芸関係に限って額椽製造業の内容を述べよう。

額椽は盛絵、貼画額をはじめ壁掛の類にも使用されるもので需要が多く、製品に画一性が要求されるためか、その生産過程にはさまざまな木工機械が導入されており、工芸部会の一部となれば白樺工芸でもっとも機械化が進んでいる。ここには生業の域を超えた資本主義的企業とよぶべきものも一部に見られ、その生産者価格には明らかに利益となる部分が盛込まれている。

ところで、額椽製造業者も他の部会と同じく問屋からの注文に応ずるという受注生産を行なうのが原則であるが、額類土産品の需要が多くなり、他方で機械化が進むとともに、どの工場でも見込生産が行なわれるようになってきた。

第20表 Q木工所の額椽種類及び生産者価格  
(昭和42年度)

額椽の素材はサワラ、シナ、ハンノキ、エンホスなどであり、桶材に使用した残りが多く、木曾、奈川地方から調達されている。

各種額椽の種類、単価については第20表にみるとおりである。

右のQ木工所以外の額椽製造業者の製品には雑多なものがあり、実情はなかなか掴みにくかったが、それらは数としても少

種類 規格	本椽単価	洋椽単価	テックス 単価	植毛単価	タタキ 単価
半スケッチ	64 <sub>円</sub>	61 <sub>円</sub>	60 <sub>円</sub>	80 <sub>円</sub>	85 <sub>円</sub>
スケッチ	76	73	73	130	125
横 小	66	64	68	90	100
横 中	97	95	90	150	145
横 大	186	185	195	220	210
8 号	176	180	185	210	210
16 号					800
24 号					1050

量なのでほぼこの例だけで代表される。

そこで白樺工芸向け額縁の製造ではもっとも大規模で資本主義的な経営内容を持つQ木工所を取りあげ、その内容を述べよう。ここの創業年度は昭和32年で歴史は浅いが、機械設備の投資を盛んに行った結果（約500～600万円）生産性が著しく向上したため、たちまちにして白樺工芸関係では額縁生産高第1位となり、42年度の年間出荷額は4,000万円に達している。ちなみに事業主Qは、いわゆる職人あがりではない。1923年生れで旧高専の機械科を卒業してから創業までの期間は全く別の自動車修理業を営んでいたが、白樺関係の額縁製造の実態をみ、その機械設備面の後進性に目をつけて成功の可能性をみつけて転業した。先進的な木工機械を導入したばかりでなく、電気整流器で直流にした電気を利用し植毛という新型額縁の製造を開発し、この分野では額縁部会員の遠く及ぶところではない。

第20表の各種額縁の1日の生産個数は本縁300枚、洋縁（ボード）およびテックスあわせて500枚、植毛100枚、タタキ300枚の合計1,200枚で年間出荷額は約4,000万円。売上高のうち3分の1が材料コスト、賃金コストも同じく3分の1で残る3分の1が営業費および利潤となり、相当の利益を収めているといえる。

従業員は合計37名（男子11人、女子26人）で手職人は1人もいないという。このことは機械設備の先進性を裏書きするものであろう。優れた機械を導入すれば昔ながらの職人の技術は要らなくなる道理である。労働者の賃金は男子の場合日当1,000～1,200円、女子労働者のそれは600～840円となっており支払能力に比べればむしろ安価に過ぎると思われるが、白樺工芸関係では平均的なものである。

ここの取引先の間屋数は合計18軒で、うち諏訪地方の間屋が6軒含まれている。このことは諏訪地方の間屋へも、盛絵、貼画、その他額縁を必要とする土産品が職人の手から流れていることがこれでわかる。

ところで額縁部会には現在9名の会員がいるが、この集合体、松本額縁組合は42年11月に結束して、各間屋につき掲げる値上決定に関するチラシを配った。この値上申請書の内容は時期的に1月遅れただけでそのまま間屋の団体である販売部会との交渉で実現されている。このことは今まで触れてきた他の部会の工賃値上げに関する交渉力の弱さに比べ注目に値する。おそらく上の本縁、テックス縁にあっては、製品の規格化、画一化がなされているために他の部会の工賃値上交渉の場合のように職人相互が競争し、個人接衝で買い叩かれることがないために、部会対部会という対等な力関係のもとでの交渉が成り立つからである。これには、さらに額縁なくては盛絵も貼画も場合によっては壁掛、柱掛も完成品にならないためである。このように、額縁はいわば部品として大量の需要があり、規格化、標準化された部品の生産者であるが故に機械力による資本集約的な大量生産が可能となった。つまりそこでは機械力の導入によって著しい生産性の向上が果せたわけである。

これに比べれば、白樺工芸の他の生産品は圧倒的に労働集約的で生産性が低い。そこにはそれなりのよさもあるにはあるが、結局それでは生業の域を脱しきれないのである。松本白樺工芸のどの生産分野もが企業にまで成長するためには現在の生産体制が根本的に変えられうる条件があるかないかにかかっている。すなわち規格化、標準化された大量生産によって製作された多くの部品を流れ作業で組立てる生産方式に変えられなければ、資本主義的企业には成長できないのであり、いつまでも資本制家内労働者として生業の域に止まるだろう。多くの白樺工芸品は需要の季節変動が激しく、額縁生産のように大量生産化は不可能で

## 額 椽 部 会 値 上 申 請 書

(42年11月)

昭和四十二年十一月	本 椽		お 願 い  今般組合の申し合わせにより諸材料費の値上りに 依り昭和四十二年十二月一日より左記の通り値上 げを致すことに相成りましたので御協力下さいま すようお願い致します。
	スケッチ	95 円	
	半スケッチ	80	
	横 小 椽	85	
	ポ ス ト 椽	60	
	横 中 椽	115	
	横 大 椽	200	
	8 号 椽	190	
	テ ッ ク ス 椽		
	スケッチ	87 円	
	半スケッチ	75	
	横 中 椽	105	
	横 小 椽	80	
	横 大 椽	160	
	8 号 椽	150	
松本額椽組合			

ある。こうした分野とは違って額椽生産分野では生産の集中が進み、販売部会である問屋と対等の工賃交渉ができる生産者を生んできたといつてよい。

## 第6節 ロクロ職人 = 挽物部会

挽物部会の会員は15名を数えるが、うち土産品関係のコケシの製造をしているのは8～9軒であり、他は民芸家具の部品をロクロを挽いて製作している。ここで扱うのは前者である。

ロクロの起源は遠く江戸時代、木で食器類、タバコ盆、菓子鉢等を挽いていた木地屋に求められる。小椋という姓の先祖はたいてい木地屋であったといわれる。ちなみに小椋姓は松本白樺工芸にもあり、ロクロをその子孫も挽いている。

松本のコケシは、福島県、山形県をはじめ広く東北一帯のコケシのように伝統あるものではない。「松本商工会議所五十年史」によれば、コケシの創始者は、山本城生、小井戸潔、鈴木栄次郎とされていて、昭和初年頃製作されたものである。松本のコケシは胴に白樺を用い一部に皮を残すところが特徴であるが、小田原で小型のコケシが大量生産されており価格の点では太刀うちできないために、松本では伝統的なロクロで製作されるものは大型のコケシが多い。それは大型のものだと東北地方の製品より逆に価格が安く競争できるのが強味となっているためである。

コケシの素材はミズグサ(頭の部分)とシラカバ(胴)であり、木目の堅さが中位のものでなければならない。柔らかすぎても堅すぎてもロクロの加減がよくないのである。材料は長さ2mほどに切った丸太のまま、奈川村、大町、佐久地方などから調達されるが乾燥させる必要がある、この乾燥期間が短いもので3ヶ月、長いものでは1年もかかるという。そのため材料の保管場所が欠かせないが、保管場所が広いからといって材料の買いだめをすることもできないという。虫喰いを避けねばならないためである。



ロクロ職人の生命は刃を製作する技術だとされている。この刃の製作が一人前にできるようになるまでには、どうしても2～3年はかかるという。こうした昔ながらのロクロ機械の設備資金は取るに足りない。

R ロクロ製作所の例であるが、ここには事業主Rの他、3人の男子ロクロ職人が雇用されている。この規模で年間出荷額は250～260万円であり、同じ人員規模で製作に従事していた立体彫刻部会のK製作所の年間出荷額300万円と比べほとんど変わらない。

さて、ここの製品の生産者価格は7寸ものの40円から最高2尺ものの440円までの10種類があるが、立体彫刻の工賃単価に比べると遙かに安く決定されていることがわかる。上の売上高のうち2割を占める材料費、雇用職人の日当1,200～1,500円で3人分を控除すると、事業主Rの実収入は月間60,000円程度となる。しかも、これにはコケシに面相を描き入れるR氏の妻の労働の代価も含まれているのだから、職人の収入水準も決して高くはないことになる。

#### 第7節 趣味人形の家庭内職者 = 趣味人形部会

趣味人形部会の製品は、あらゆる意味でもっとも庶民的である。一つには最終需要層が子供と若い女性に多いという点で、また価格がその層にも手頃なものであるということである。二つには生産面においてそうである。すなわち多くの婦人内職労働者を動員した一貫した手加工による製造という点である。したがってその製作にはさほどの技能を要しないものが多く、なかば“子供だまし”の観がある点においてもそうである。三つにはメーカー価格が40～60円の間で集中し低価格であるということにも表わされる。

趣味人形部会員は現在11人であり、製品の種類は、布人形、木ノ実（松カサ、クルミ）と小型のコケシを組合せた人形、白樺の小枝を道標にしたもの、キハダの皮を一部に使用するものなどを、白樺斜切、あるいは木材を四角に切りニスを塗ったものなどを台にして、釘、または接着剤ボンドで組合せ、田園の風景、風俗、山小屋の景色とスキー人形などを漫画的かつ立体的に表現したものが多い。いずれにせよ、典型的な手加工による多品目少量生産である。

ところで部会員11名の平均就業年数は19年であり、もっとも長い職人の就業年数は37年となっており、これを逆算すると昭和5年頃からこれらの土産品の生産がこの地方で行なわれ始めたことがわかる。たぶん藤野忠清、高橋清一郎など先駆的な販売者が、何処かの観光地にあったものにヒントをえて製作を始めたものであろう。

生産は前にも触れたとおり、白樺工芸生産7部門で、もっとも家庭内職者を利用して行なわれている。たとえばG'人形製作所では、田舎の風俗を表現した風俗布人形を製作しているが、家庭婦人内職労働者数5人におよぶ。ついでながら、この種の内職労働者を包含した、熟練した技能のいらぬ内職者総数は、白樺工芸全体で250名に達するといわれる。

このG'人形製作所では1個の人形が完成されるまでつぎの13の工程を要し、それぞれ内職者が1工程ずつを担当している。

- (1) 人形に着せるモンペ、上着、チャンチャン、帽子、足袋など一切の衣類の裁断をするもの。(衣類の生地は木綿である)
- (2) 人形の頭の部分を作るもの。(材料はちり紙、脱脂綿、人絹)、ただし、面相「人形の顔の墨入れ」はここでは行なわれない。

- (3) 頭、腕の部分と接合するための針金を芯棒に胴と足を作るもの。
- (4) 人形の腕を作る。
- (5) 工程(3)と(4)を組立て、その部分の着付をする。
- (6) 頭にかぶせる帽子、手拭を(1)で済んだ裁断の後を引受けて縫製を行う。
- (7) 同じく(1)から回ってきた生地を着物(上着)を縫う。
- (8) 同上、チャンチャンを縫う。
- (9) 同上、足袋を縫う。
- (10) 冬の頭巾を縫う。
- (11) 竹でスキーを作る。
- (12) 竹でスキーのストックを製作する。
- (13) (1)の生地でモンペを縫う。

要するに、これらの工程(1)から(13)で製作されるものは、「ころび」、「スキー」、「リフト」などと呼ばれる完成品の部品下請生産といえる。G'人形製作所では、これらの部品を1カ所に集め、今度は内部従業員の手で組立て、面相を描き人形がこれで完成する。これをさらに白樺斜切の台に、他の自然物を表わす部品と組合せ、接着することによって漸く完成品ができる。これをボール箱に詰めたものが問屋の手に渡されるという手順である。

さて、(1)から(13)までの部品の購入代金は合計15円である。これを組立て、人形を完成し、他の材料と組合せ完成品とするのには、7人の雇用労働者の賃金、人形以外の材料費、箱代などがかかるが、箱詰のすんだ完成品の問屋渡し価格は50円である。うち25円は賃金、人形以外の材料費、箱代で占められ、15円は前述のごとく組立てる以前の人形の価格であるから、メーカー価格の8割は製造原価ということになる。残りの2割が営業費とG'氏の利益となる勘定であり、月間売上高300,000円とすれば、この合計が60,000円になる。

ここに同じ布人形を取入れたG'氏と同系統のものを製作しているH氏がいる。ここではG'製作所と違い人形のみは最初から完成したものを内職者から買い上げている。この価格が17円だということで、前の15円と比べ2円高い。

さて人形はG'、Hメーカーともほとんどかわらないものが用いられているが、以下の膳立てが少々違う。違うところは台の入手方法と製作方法である。G'では台に白樺斜切を用い、すでに人形その他を取り付けるだけという形で生産されているが、Hでは台を普通の木材板を細かく四角に切り、さらにこれにニスを用いるという手間と時間をかけたものを使用している。しかもこの作業をH氏は自ら行っている。この台に、キハダ、道標をとりつけ、箱詰めした完成品の問屋渡し価格は48円でG'のそれより2円安くなっている。このH製作所には、H夫婦の他、従業員2人がいる。月間販売額は約250,000円で、H夫妻の手許に残るのはうち2割弱の45,000円から50,000円だという。夫婦労働で月収50,000円というのが、趣味人形部会の収入水準の平均だとみてよい。それは、このほか夫婦で趣味人形製作に従事しているI、J氏の場合とともに月間売上高12,3万円であり、うち1割を箱代に3分の1を材料費にとられ、さらに残額から内職者に支払う工賃を控除せねばならないとすると、1日の就業時間夫婦合計16~20時間の労働の代価は多くてせいぜい2,000円にとどまるとみられるからである。

つぎに家庭婦人内職労働者の加工賃を見ると、(1)の工程の裁断をする者の場合、1枚の

裁断を10銭の工賃でやっており、1日5時間程従事するとして月収平均6,000円といわれる。その他(2)から(13)の工程の内職者のそれは、少い方の3,000円から多い方で8,000~9,000円となっており、この上下の差は就業時間の多少による差額である。

G'氏によれば、白樺工芸の家庭内職者の賃率は、概ね1時間50円程度ということである。したがって8,000~9,000円の収入を上げるために、1日最低6時間は労働せねばならない。

さて、内職労働者の賃金は上のようだが、G'人形製作所内部従業員の賃金水準を見る。

ここには男2人(60歳, 35歳)、既婚中年婦人5人(37~50歳)の労働者がいる。35歳の男子労働者の賃金は月35,000円であり、60歳男子は20,000円、女子のそれは13,000~14,000円となっている。ボーナスの支給率は年間約1.5月分である。

面白いのはこの退職金制度である。それは10年間勤務した者については無条件に100,000円を支給し、勤続年数が10年に満たない者については、その不足分の一部を退職準備金として従業員にかけさせるというものである。退職準備金を労働者に支払わせるというのは白樺工芸の貧しさがこういう変則的な退職金制度を生んだのであろう。恐らく、従業員5人未満の白樺工芸の事業所には退職金制度のないところが多いであろう。同じ趣味人形部会のK人形製作所では退職者に対しては金一封の涙金を支給するにとどまる。

趣味人形部会の生産者の収入水準は以上のとおりであることから、この部会には貼画と同様、若い後継者は皆無といってよい。したがって、この部会の見通しは貼画のつぎに暗い。将来も趣味人形の製作が続くとすれば、労働市場から引退した高年層、あるいは家庭婦人の内職として製作されるにとどまり、ますます、一メーカー単位の生産高は零細になってゆくだろう。白樺工芸全体がもともと非常に労働集約的な産業であるが、そのなかにあっても、これ程時間と手間のかかる分野はない。どだい、この種の人形を機械生産するための工夫も努力も全然なされていない節があり、これでは生産性の向上も、新製品開発による需要創造もできる筈もなく凋落の一途を辿るに違いない。

上のような趣味人形部会には、もう一つ重大な泣きどころがある。それは問屋に対するメーカー価格引上に関する交渉力が弱いことである。非常に手間と時間を要する割にはメーカー価格が、40~60円(単価)と安価なことでメーカーには利益が皆無といっても過言ではない。何故ならメーカーの収入水準が前述したとおりであり、それはかれらの労働力の再生産費をつぐなうのがやっとの実情で子弟の教育費すら満足にはでてこないからである。

実際、先のH氏は問屋への価格競争力の弱さを強調し、慨嘆するのである。その理由は趣味人形部会に属する各メーカーが、似て非なる製品を生産しているため、メーカー価格決定の際、建前は部会対部会の団体交渉となっても、個人対販売部会という多勢に無勢の闘いになってしまうことが一つであり、第2に、さほど熟練を要さないこの種の庶民的な土産品は、他の産地にも類似品があり、松本特産ではないことである。すなわち白樺工芸が現行の流通径路を保持する限り、もしもメーカー価格が上昇すれば、問屋としても卸価格を上げざるを得なくなり、このことは他の産地の類似商品と競合することになり価格競争力が弱化するからである。だとすれば、問題はメーカー自身の方へ戻ってくる。メーカー自体が家庭内職者の低工賃による供給がある限り存続でき、しかも新規参入が可能である場合には、過当競争におち入るからである。

## む す び

以上で、松本市における白樺工芸品とされる土産品の生産と家内労働についての資料の提示を終る。

この工芸品が、数多くの家内労働に従事する居職人のみならず家庭の主婦のいわゆる家庭内職者によって生産され、その工賃水準がいかに劣悪なものであるかの実態は、ほぼ明らかにされたと思う。このような家内労働を主体に、工芸品が生産されるのには、この種の製品生産が、いわゆる機械化された流れ作業による大量生産商品とは本質的になりえないもので、なにがしかの技能的熟練を必要とする手工業的商品であり、一品生産品であることが、この生命であるから、こうした生産条件から脱皮することは全く不可能なことである。むしろこの商品を機械化された流れ作業で、規格化、標準化することは、それ自体、この種の商品の存立条件である特殊性と個性性を損うもので、同時に販売市場を失うことに等しい。

なるほど、松本の白樺工芸品は、今日でも全国的に販売市場を拡げ、各地の主として観光地の土産品として販売されている。このような結果、ここでの生産量は、輸出ブームが起り、これが急激に縮小した一時期を除けばかなりなもので、今日でも年間6～7億円の出荷額を示している。ところが、こうした状況にもかかわらず、工芸品生産にたざざる家内労働者の加工賃は、消費者物価の上昇と一般の賃金水準の大幅上昇にもかかわらず、ほとんど変化がない。その結果、家内労働者は就業時間の延長で、収入額を増加するように強いられ、次第に袋小路的な衰退職業へと追い込まれてきている。

なるほど、この種の土産品の市場が、全国に散在し、この需要が季節変動することから、流通コストが高く、加工賃の上昇は容易でないことはたしかである。しかしながら、松本の白樺工芸品が、狭い地域に封鎖された土産品であることから、全国的に市場を拡大できたのは、ほかならぬ、これら数多くの居職の家内労働者が低加工賃でも供給されたからにほかならない。まさに、低加工賃による低卸価格の武器があったらばこそ、こうした市場拡大が可能であったとみなければならぬ。

戦前から蓄積されてきた白樺工芸職人の存在、また昭和20年代後半における白樺工芸品の海外市場の急激な拡大による大量の家内労働者の新規参入などが重なり、家内労働者の数は急激に増加してきた。しかも、この地域には、いわゆる近代的な高賃金産業が存在せず、農民層分解が急速に進んだために龍大な過剰人口が蓄積されてきていた。つまりこのことは、この産業への潜在的労働力供給基盤が根強く存在し、これがこの地域の低生活水準とあいまって、白樺工芸品の家内労働者間の低加工賃競争を激化させてきた。上述したごとく居職人の団体であった「中信巧芸品製作協同組合」が、輸出ブームの去ったあと問屋の個別分断支配にもろくも屈し、解散の悲劇にあったのは、こうした家内労働者間の廉売競争が存在したからにほかならない。昭和30年代は、こうした居職の家内労働者が、整理・淘汰されて行く過渡期にあたっているといてもよい。

急激な都市化と工業化によって、地域間労働力流動が激化し、若年労働力がこの地域外の高賃金産業へ就業機会を求めて流出するにつれ、こうした低加工賃の家内労働者の再生産は次第に困難になってきた。その結果は、今日、家内労働者が中高年齢層にかたより、若年労働者不在を生んできたことに示されている。他産業への転職が困難であるこの種の家内労働者にとっては、いかに低加工賃であっても、就業時間の延長と家族労働力の助力によって、

ほそぼそと余生を過ごす以外に生活の手だては残されていない、とみなければなるまい。そうして、こうしたことが、また低加工賃を生むという悪循環をもたらしているのである。一方では粗製濫造された土産品との競争によって、他方では大量の家庭内職者による低賃仕事の希望者の存在によって板ばさみを受けながら、生存して行く以外にない。

こうした過程を経ながら白樺工芸品の家内労働者は、次第に資本制的家内労働者としての性格を顕わにしてきた。なるほど、かれらは居職人として、仕事場をもち、若干の生産手段を所有し、自己の責任において生産し、販売を行なっているという意味で独立小生産者的なものも少数存在している。しかし、こうした性格をもつものは例外的存在であって、大部分は、問屋から原材料の支給を受け、工芸品生産の部分加工のみを行ない製品を問屋に買占め支配される存在になってきている。今日ではこうした形態での停滞である。

他方こうした家内労働の性格変化が、さらに進み、家内労働が分解してしまった生産分野も現に存在してきている。これは工芸土産品を機械化により大量生産を行なう分野が拡大してきたことに示される。この代表が、白樺工芸品の多くに組み付けられる「額椽」の生産である。ここでは家内労働形態がほとんど消滅し、工場生産に吸収され、「額椽」生産者は、「企業」として誕生してきた。

このように、地方産業として存在し続けてきた松本の白樺工芸品の生産形態は、一方で市場が拡大したにもかかわらず、家内労働者は、低加工賃収入に寄生せざるをえないという状況におかれているが、このことがまた家内労働者の再生産を不可能にし、現に就業するものが中高年齢化するとともに、いわば余生を過ごす待機期間中の労働分野となりつつある。また、この過程が進行する中で、家内労働の分解が進み、大量生産による規格化商品の登場をうながしている。そしてこのことがまた「木工芸品」としての白樺細工そのものを消滅させてきていることは、いわゆる「近代化」が生む歴史の皮肉であるのかもしれない。

## あ と が き

この調査にあたっては、業界、松本市役所など多くの方々にお世話になった。とくに藤野力、山本竝生の両氏には、資料の提供のみならず、多くの時間をさいて聴取調査の協力をえた。記して感謝の意を表したい。

なお、この調査報告は、昭和42年度、信州大学文理学部社会科学科学生、相原軍治（43年3月卒業）が卒業論文としてまとめたものに高梨が加筆補正して作成したものである。調査の実施および卒業論文の作成にあたっての指導は、高梨が行なった。（高梨記）