

飯山市における仏壇製造業の市場縮小への対応

栗林 慶

本稿では、長野県飯山市の伝統的工芸品である飯山仏壇を事例に、市場変化と産地構造の変容を検討しながら、市場縮小下における産地の対応を明らかにした。1980年代半ば以降、伝統的工芸品の多くが市場の縮小に直面するなか、飯山産地においても伝統的技法や様式が、価格の面から消費者のニーズに合致しなくなっている。とりわけ、産地において専門性の高い伝統的技術を担ってきた伝統工芸士は、事業の継続が厳しくなりつつある。仏壇以外の業種からの受注が期待できる一部の部門以外は技能継承が危ぶまれ、産地内の完結した生産が行えなくなる可能性が生じている。対策として、産地では伝統的技術の保存を目的とした協働的取組が活発化しており、同時に伝統をいかに現代的な仏壇に内包するかについても取り組まれている。産地における伝統は、製品の直接的な付加価値としての利用から、保存する方策を模索しながら新たな製品開発への活用を検討する段階に移行しつつある。

キーワード：飯山仏壇 仏壇製造業 地場産業 伝統的工芸品 協働的取組

I はじめに

I-1 研究の背景と目的

1960年代以降、日本において経済成長を牽引した都市部の工業の発達は、地方との地域間格差を生じさせた。この所得格差を是正すべく、労働力の供給を指向した産業の地方移転が試みられたものの、結果として今日ではほとんど実を結んでいない(竹内・小田, 2014)。

この間、地方においても各地域に応じた内発的開発の必要性が指摘され、その一翼を担ったのが日用品生産としての地場産業であった。しかし、プラザ合意後の円高と輸出不振、経済のグローバル化に伴う海外製品との競合などを要因に今日の多くの地場産業は競争優位を失い、存続自体が危ぶまれている。須山(2003)は1980年代半ば以降の地場産業研究の視点が、産地の変化から存続へと移行し、生き残る産地の条件が模索されるようになったことを指摘している。

一方で、地場産業は地域の人々の暮らし、資源、伝統といった文脈を持ち成り立っていることか

ら、地域性に依拠する要素についてより注目されるようになった。とくに伝統的工芸品産業における工芸文化の側面は、日本の魅力や感性の再発見と再評価を促すものとされ(経済産業省, 2013)、工業の枠組みを超えた重要性を増している。

伝統的工芸品のブランド化については、国の政策としても取り組まれてきた。とくに大きな契機としては、1974年施行の「伝統的工芸品産業の振興に関する法律(以下、伝産法)」があげられ、この法律に基づき経済産業大臣(制定当時は通商産業省)から指定された工芸品は「伝統的工芸品」と称される(以後、本稿の「伝統的工芸品」の用語は経産大臣指定のものであることを指す)。この法律の制定の目的は地域産業の発展と工芸品の保護であり、第一条には産業の振興と工芸文化による国民生活の豊かさの向上について言及されており、意図としては現在にも共通する基本的な概念である。

しかし、工芸品には製品自体の需要が衰微し、消滅していったものも少なくない。火鉢、樽、桶などは、近代工業の枠組みのなかで代替品に取っ

て代われ、熟練技能によって作られた製品でも市場を維持することができなくなった（下平尾，1996）。このような工芸品の市場の性格は、陶磁器や文具などの日常的製品に比べ、非日常的製品、たとえば和装や仏壇などは販売先が限定的であるとされる（千葉，2008）。そのため、伝統的工芸品の市場環境は消費者の「和」の嗜好やライフスタイルに強く影響され、産地は何らかの対応を迫られることとなる。

ただし、工芸作品としての高い評価を持つものであれば、代替品の出現や消費者のライフスタイルの変化にも耐えうる可能性を秘めている。これらの文化的価値を優位性とする伝統的工芸品を、いかに産地ブランドとして付加価値に結びつけていくかが、産地の市場対応として極めて重要な課題であるといえる（上野，2007）。

しかし、地場産業が経済的なインパクトを失うと同時に研究数は減少しており（上野，2010）、多種多様な生産流通構造、労働者、市場を有する地場産業において、近年の研究の蓄積が十分であったとは言い難い。また、山本（2011）は、地場産業の縮小期における構造変容や産地内企業の対応といった実態調査が不足していることを指摘している。

以上の観点から本稿は、伝統的工芸品における市場環境変化に対する産地の対応を、産業の存立形態を中心に分析を進めることにより明らかにすることを目的とする。事例として、長野県飯山市の飯山仏壇産地を取り上げる。飯山仏壇を選定する理由は主に以下の理由からである。

まず、仏壇産業は伝統的工芸品として15品目が指定され、代表的な事例として研究に適していると考えられる。また、飯山仏壇が伝統的工芸品の指定を受けたのは1975年のことで、早期に指定を受けた産地¹⁾といえる。このように飯山産地がブランド構築に積極的であることは、市場環境変化に対する産地対応を検討するに妥当である。なお、飯山仏壇に関する研究については、主題として扱っているのは内田（1965）や金田（1978）などに散見されるのみである。産業史の記録に寄与

することに対しても、本稿は副次的な意義を持つと思われる。

以下、分析の手順は、まずⅡで飯山仏壇産地の歴史的経過を記録資料と工業統計から述べ、産地の興りと拡大がどのように展開され、伝統的地場産業として現在に至っているかを述べる。また、飯山仏壇の製造技法と伝統的工芸品としての特徴を把握する。Ⅲでは、飯山仏壇産地の各事業所に対して行った聞き取り調査の結果から、産地の生産流通構造と、飯山仏壇の製造販売店の経営状況を述べる。Ⅳでは、産地をとりまく市場環境の変化について検討し、経営状況と労働力構成の変化を述べる。それを踏まえて、産地が市場縮小に対応してどのような対応をしたかを考察し、Ⅴで総括を行う。

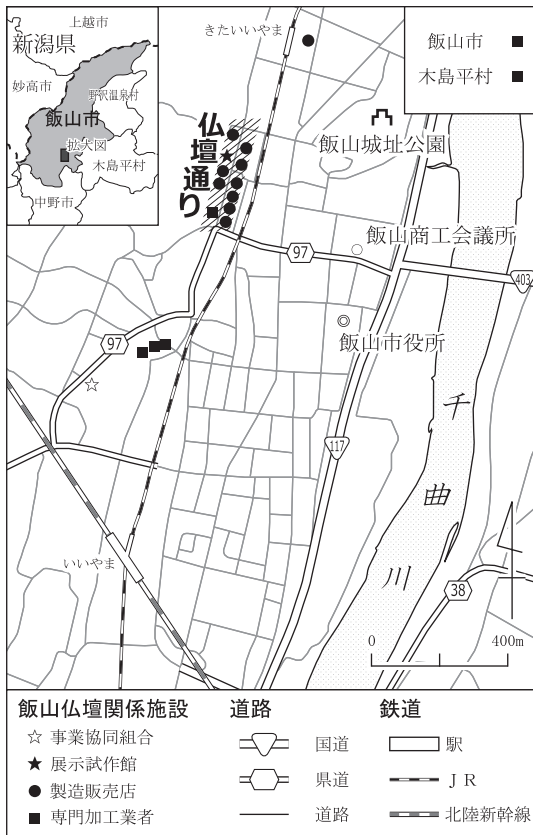
Ⅰ－２ 飯山産地と研究対象地域の概要

長野県飯山市（第1図）は県内の最北端に位置し、北西部は新潟県に接する。西は関田山脈に、南東部は三国山脈に挟まれ、市内の南北には千曲川が流れる。冬は県内でも積雪が多い地域で、スキー観光が盛んであり、市北西部には戸狩スキー場がある。

市の面積は202.32平方キロメートル、2015年の人口は21,444。産業別就業人口は第1次産業が2,511、第2次産業が2,759、第3次産業が6,855と、第1次産業の割合が高い（飯山市経済部商工観光課，2016）。

市の中心部は、JR飯山線と北陸新幹線が交わる飯山駅の北口付近である。駅から北に1.5kmほど行くと飯山城跡があり、現在は飯山城址公園として整備されている。駅と公園の間には、飯山市役所、飯山商工会議所などがある。

飯山仏壇の販売店は、飯山駅から城址公園方面へと伸びる飯山街道の途中に集中して立地している。飯山ほどの規模で仏壇店が軒を連ねているのは全国的にも珍しいという。この通りは通称「仏壇通り」と呼ばれており、仏壇店が並ぶ佇まいと雪よけの雁木が独特の景観を成す（写真1）。仏壇通りの西には寺院が多く、寺巡りの遊歩道が整



第1図 研究対象地域図



写真1 仏壇通りの様子

雁木が整備された仏壇通りには、通りに面して仏壇店が建ち並び、店舗の一階部分に日差しを避けて仏壇が展示されている。

(2015年10月 栗林撮影)

備されている。

飯山仏壇の関連施設として、飯山仏壇の展示試作館「奥信濃」が仏壇通り内にある。館内では仏壇の見学や購入が可能のほか、仏壇の金箔職人が施工した「純金極楽トイレ」が来訪者に人気である。飯山駅から500mほど北に行くと、飯山仏壇唯一の組合である飯山仏壇事業協同組合の事務所が伝統産業会館内に置かれている。会館には展示場も併設されており、飯山仏壇のほか、内山紙、木曾漆器、南木曾ろくろ細工、松本家具、信州紬、信州打ち刃物といった、長野県下の伝統的工芸品を見学することができる。

II 飯山仏壇産地の展開と特徴

II-1 飯山産地の歴史的展開

長野県飯山市は仏教信仰の厚い地域であるといわれる。江戸時代の飯山城付近にはすでに20以上の寺院が建ち並び、城下町の愛宕町を中心に寺町が形成されていた。

飯山仏壇の起源や仏壇町の発祥については諸説ある。地元で伝わるところでは、1689（元禄2）年に甲府から飯山に移った寺瀬重高という者が、木組みの素地仏壇を作りはじめたことが起源であるという。後に、越後から来た鞘師屋佐七という職人が漆塗りの仏壇を始め、現在の飯山仏壇により近い形状となった。仏壇町の形成については、飯山が漆を扱うのに適した湿度であること、原材料の木材が多く採れたことに加えて、寺院からの需要が見込めたために、城下町の武具職人などが仏壇製作へと移行したのではないかと推測されている。幕末から明治にかけては、京都から移り住んだ稲葉喜作という仏壇彫刻の名手が、飯山仏壇の名を大いに高めたという。

仏壇業の成立時期について内田（1965）は、1847（弘化4）に長野盆地で発生した善光寺地震前にはすでに盛んな仏壇産業があったと推測している。地震から8年後の時点で仏壇店のある愛宕町の復旧率は他の飯山の町よりも際立って高く、善光寺近辺の仏壇需要を捉えて愛宕町がいち早く

復旧したのではないかと指摘している。

現在残る資料で古いものでは、1885（明治18）年に発行された「佛壇佛具同盟規約」²⁾が現存しており、当時の組合活動に参加した15名の職人の署名と押印が残っている。また、大正期の記録には、明治以前の様相については不明点が多いとされながらも「飯山佛壇の名は遠く聞こゑ居り、仏像、位牌の類に至るまで相當の輸出を見たるは事實なり」（下水内郡教育会、1913：154）と紹介されている。同時期に発行されたとされる長野県下水内郡飯山町飯山商業会発行の名簿³⁾には、建具職、塗物師、鋳職、佛具彫刻といった飯山仏壇の関連職とみられる業種が散見され、少なくともこの時期には一定の規模のある地場産業として定着していたものと思われる。

当時の産地の拡大には、1900（明治33）年に郡長となった紀浦次郎による、産業振興策も影響している。紀浦は、豪雪地帯である飯山に殖産興業として漆器（仏壇）業を発展させるため、1906（明治39）年に飯山漆器徒弟学校を創立、1910（明治43）年には下水内郡立漆器学校に改組した。校長は会津から招聘し、漆や蒔絵、木地制作といった仏壇制作の実習が行われ、1917（大正6）に財政難で閉校するまで漆塗り職人の養成が行われた。（飯山市誌編纂委員会、1995）

その後の飯山仏壇産地は戦前、戦後を通しておおむね堅調に推移し、規模の拡大に伴って1957年に飯山仏壇事業協同組合が設立されている。産地では生産効率の向上に取り組み、1962年にはプラスチック成型による仏壇彫刻の製造に成功し、全国に先駆けて大量生産が可能となった。1972年には下職部門の共同工場が完成している。また、前述の通り、1975年には通産省から伝統的工芸品として飯山仏壇が指定された。

1970年代の飯山産地は個人向けの仏壇販売を中心に売上を伸ばし、飯山市の基幹産業の一つとなった。1975年の工業統計では、市内の製造品出荷額の順位は「その他製品（仏壇・スキー等）」、次いで「電気機械器具」、「食料品」であり、市内工業に占める割合をみると、「その他製品」は

従業者数で26.6%、製造品出荷額で26.3%となり、電気機械器具（従業者数13.8%、製造品出荷額22.8%）や食料品（同2.1%、8.1%）を上回っていた。また、飯山市内製造業の従業者数上位9社のうち、仏壇製造販売店が2件、関連業者1件が含まれていた（金田、1978）。

Ⅱ-2 飯山産地と国内宗教用具製造業の動向

本節では工業統計を用いて、日本国内の宗教用具製造業⁴⁾の動向も踏まえながら、飯山産地の展開を確認する。

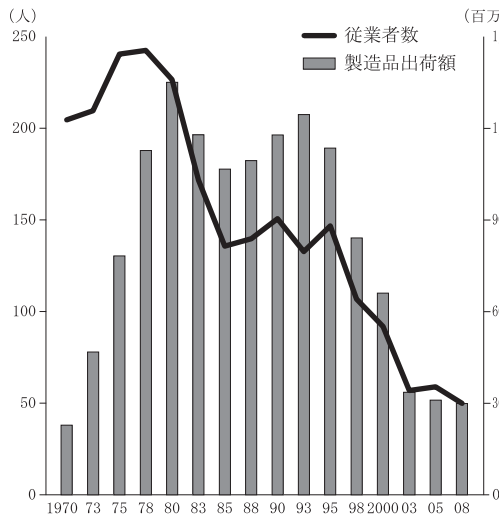
第2図は飯山産地と全国の宗教用具製造業における製造品出荷額の推移と従業者数の推移、第3図は事業所数の推移である。

出荷額をみると、国内の宗教用具製造業には二つのピークがあり、飯山産地も同様である。

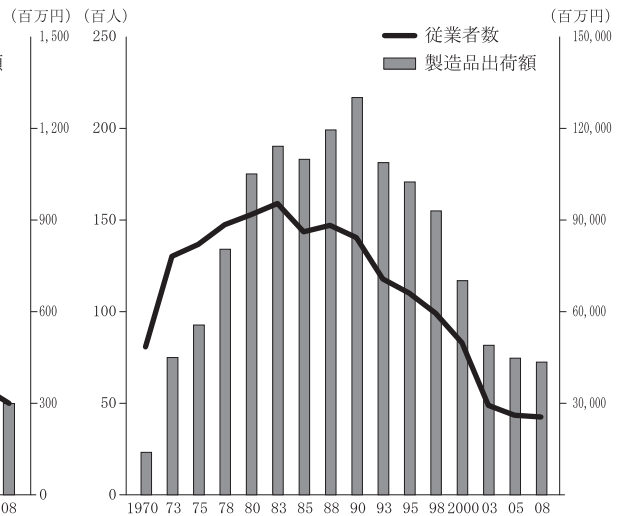
1970年代は地場産業の多くが急成長した時期であるが、その出荷額の急伸は日本の経済成長に伴う物価上昇によるところが大きい。全国の宗教用具製造業の推移をみると、1970年から1980年までに製造品出荷額は7.6倍まで伸びたが、事業所数では1.4倍、従業者数では1.9倍の増加に留まる。この間、飯山産地も順調に出荷額を伸ばし、1980年には第1のピークをむかえ、13億5千万円となった。また、全国的には出荷額は1983年まで増加を続けた。全国、飯山産地ともに1985年を底としてバブル景気の間再び漸増傾向となり、1990年前後に第2のピークを迎えた。ただし、飯山産地では全国の統計と異なり、バブル経済後の景気後退局面においても1995年頃まで高水準が続いている。その後は急激な縮小期を迎え、2000年代に入ってから1/4ほどの規模まで落ち込んだ。この間は全国の宗教用具製造業も規模の縮小が激しく、ピークであった1990年からわずか10年後には、1/2近くの500億円弱まで縮小した。

事業所数をみると、全国と飯山産地の動向はおおむね一致している。事業所数が最も多かったのは1980年前後で、全国的には1983年で2,669、飯山産地では1978年の26が最多で、1983年までは25の規模を維持した。その後はいずれも横ばいから

a) 飯山産地



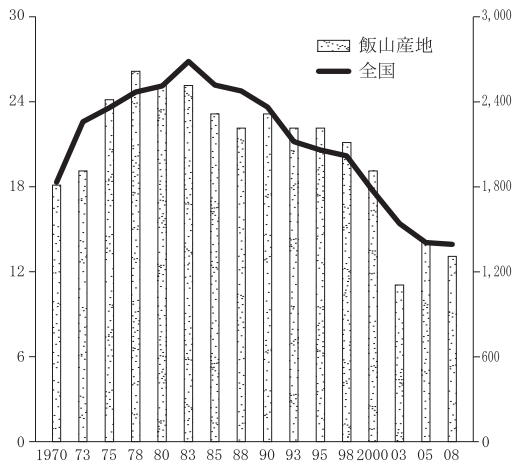
b) 全国



注) 全国の統計は宗教用具製造業.

第2図 飯山産地と全国における仏壇産業の従業者数と製造品出荷額推移

(『工業統計表』および『飯山市の商工業と観光の概要』により作成)



第3図 飯山産地と全国の宗教用具製造業における事業所数の推移

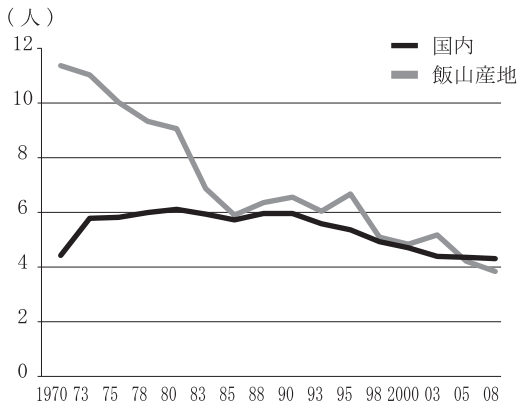
(『工業統計表』および『飯山市の商工業と観光の概要』により作成)

微減傾向となり、2000年代に入ってから急激に減少した結果、2008年には全国で1,384、飯山産地で13の規模となっている。

事業所数では飯山産地が全国と一致した動向を見せる一方、従業者数の推移は異なる傾向を示す。

全国的なピークは1983年の15,878人であるが、飯山産地は1970年代が際立って多い時期で、最盛期の1978年には243人が従事していた。一事業所あたりの従業者数にすると、1970年代の国内平均は一貫して6人前後であるが、飯山産地は10人前後の水準で推移していた(第4図)。1980年代に入ってから急減し、出荷額の底であった1985年には全国とはほぼ変わらない水準となり、2000年代後半には全国同様、平均4人ほどの零細規模となった。ただし、全国の動向とは異なり、飯山産地がピーク前後の出荷額を維持していた1995年頃には従業者数が一時的に増加しており、一事業所あたりの従業者数も同様に上昇する局面もあった。

以上のように、飯山産地は1970年代の成長期、1990年代以降のバブル景気後の縮小局面という点で全国的な動向と一致している。しかし、1970年代の大規模工場による生産体制と1980年代の生産効率化、バブル景気後の一時的な生産量の維持という側面においては、やや異なる展開となっている。



第4図 国内宗教用具製造業と飯山産地における1事業所あたりの従業員数
 (『工業統計表』および『飯山市の商工業と観光の概要』により作成)

II-3 飯山仏壇の製品特性

1) 飯山仏壇の分類

仏壇の種類は、金仏壇、唐木仏壇、家具調仏壇に大別される。金仏壇が暗色の漆塗りと金箔や金粉を用いたきらびやかな仏壇であるのに対して、唐木仏壇は紫檀や黒檀、樺などの唐木材を用いた木目を生かした仏壇である。家具調仏壇はこのような伝統的な仏壇ではなく、一見家具のようにも見えるつくりで、近年とくに人気があり、一定のシェアを占める。「新型仏壇」などとも言われる(経済産業省, 2011)。

飯山仏壇(写真2)は金仏壇の一種である。金仏壇は浄土真宗の檀家に多くみられ、飯山市にも開祖・親鸞聖人が逗留したとの伝承が残るが、飯山仏壇自体は宗派を問わない八宗向け⁵⁾の仏壇とされている。

2) 飯山仏壇の製造工程と特徴

飯山仏壇の製造工程は、木地、宮殿、彫刻、塗装、鍍金具、蒔絵、金箔押し、組立に分かれている(第5図)。

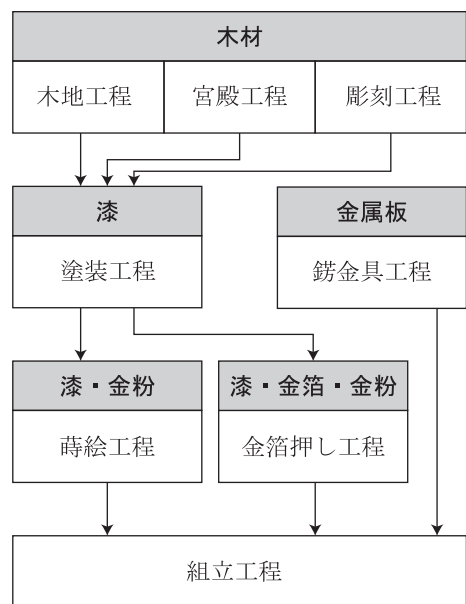
金仏壇は宗派の影響を受けた様式があり、産地によって製法や技法、装飾において特色がみられる。飯山仏壇の特色は、内部や扉部などの装飾に独自の技法が用いられることである。



写真2 飯山仏壇

金仏壇には漆塗りと金箔が用いられる。飯山仏壇は全体に蒔絵や鍍金具による装飾が施されており、欄間彫刻の奥には宮殿が見える。写真は展示試作館「奥信濃」にて展示販売されているもの。

(2015年10月 栗林撮影)



第5図 飯山仏壇の製造工程
 (飯山仏壇事業協同組合提供資料により作成)

たとえば、本尊を収める部分には「肘木組物」という技法を用いた組み立て式の宮殿が置かれており、上部の長押部分は「弓長押」と呼ばれる弓を模した形状で、宮殿がよく見えるよう工夫がなされた飯山独特の様式である。また、扉部を中心として全体に蒔絵が施されていることも特徴的で、飯山仏壇は「胡粉盛り蒔絵」の技法を用いた立体感のある蒔絵が施されている。

組立に関しても飯山独特の技法がある。飯山仏壇は組立式の「本組み木地」を使用した仏壇であり、分解修理を前提とした構造である。経年劣化した金仏壇の修理は、部品ごとに分けて洗浄し漆や金箔を再施工することから「せんたく（洗濯）」と呼ばれるが、飯山仏壇の場合、本体はクサビを抜くことで組立とは逆の順序で分解が可能であり、多量のパーツと複雑な形状で構成されている

宮殿であっても、「肘木組物」の技法により肘木を抜けば容易に分解することができる（青木・山上、1986）。

3) 伝統的工芸品に関する表示

飯山仏壇は、伝産法に基づく「経済産業大臣指定伝統的工芸品」として指定されている。

原材料や製法の基準を満たせば伝統的工芸品として表示し、販売することが可能となるが、飯山仏壇としての様式を遵守していれば、伝統的工芸品ではなくとも飯山仏壇として販売することができる。これらの区別を行うために、飯山仏壇事業協同組合では、製法や原材料によって3段階の基準を設け、表示している（第1表）。

伝統的工芸品として認定されるには、材料には特定の天然材、製法には伝統的技法を用いた手作

第1表 飯山仏壇の販売表示区分

	経済産業大臣指定 伝統的工芸品	組合指定 伝統工芸品	飯山仏壇
木地	天然材（桧・杉・松・櫟・栓等） 伝産認定の合板一部使用も可 産地内製造 本組仕上げ	伝統的工芸品に準ずる 合板・突板合板も使用可 国内製造	組合指定伝統工芸品に 準ずる 合板・プリント合板 外国製も使用可
宮殿	天然材 肘木組 産地内製造	伝統的工芸品に準ずる 外国製も使用可	組合指定伝統工芸品 に準ずる
彫刻	天然材で手彫りによる 丸彫・重彫・付け彫	伝統的工芸品に準ずる 外国製も使用可	組合指定伝統工芸品 に準ずる
鋳金具	真鍮、銅板、貴金属の手打ち金具で 臍彫・浮彫・地彫・スキ彫等 扉裏・三段・柱は電鍍金具を使用可 手打金具は産地内で製造	伝統的工芸品に準ずる 電鍍金具・プレス金具 ルーター金具・エッチン グ金具外国製金具も使用可	組合指定伝統工芸品 に準ずる
塗装	堅地・砥の粉下地、立塗・呂色塗 天然漆を刷毛で手塗 産地内製造	伝統的工芸品に準ずる 化学塗料のスプレー塗装 も使用可	組合指定伝統工芸品 に準ずる
金箔押	金箔（純度 95.24%以上）は手押し 純金粉（純度 95.24%以上）仕上げ も可 産地内製造	伝統的工芸品に準ずる 機械箔押も一部使用可	組合指定伝統工芸品 に準ずる
蒔絵	天然漆・顔料・金粉・胡粉を用い 手書きとする 産地内製造	伝統的工芸品に準ずる 国内製造であること	組合指定伝統工芸品 に準ずる
組立	産地内で製造されていること	産地内で製造されて いること	産地内で製造されて いること

（飯山仏壇事業協同組合提供資料により作成）

業が求められ、製造工程には完全な産地内加工が求められる。また、デザイン面においても、伝統に則った様式であることが条件である。これら材料や製法の詳細については、経済産業大臣に申し出た飯山仏壇の工芸品としての概要と一致している必要がある。

一方、「伝統的工芸品」ではなく、「組合指定伝統工芸品（通称、組合推奨品）」や「飯山仏壇（同、店舗推奨品）」は、組合が独自に定めた基準である。これらは、合板や外国製部品の使用、化学塗料の使用、漆塗りのスプレー塗装、金具のプレス加工といった、安価な材料や機械を用いた加工方法が認められている。ただし、伝統的工芸品同様、組立は産地内で行う必要がある。

「伝統的工芸品」と「組合指定伝統工芸品」の認定の際には工程毎に検査が行われ、検査は組合員から選ばれた5名の検査委員が担当している。基準を満たしたものには検査印が押され（写真3）、検査合格書が添付される。

Ⅲ 飯山仏壇産地における生産流通構造

Ⅲ－1 飯山仏壇産地の分業構造

1) 産地の構成

飯山産地を構成するのは仏壇店と工芸的部品の



写真3 飯山仏壇の表示検査印

木地工程の検査印。この仏壇は組合指定伝統工芸品として販売される。

(2016年5月 栗林撮影)

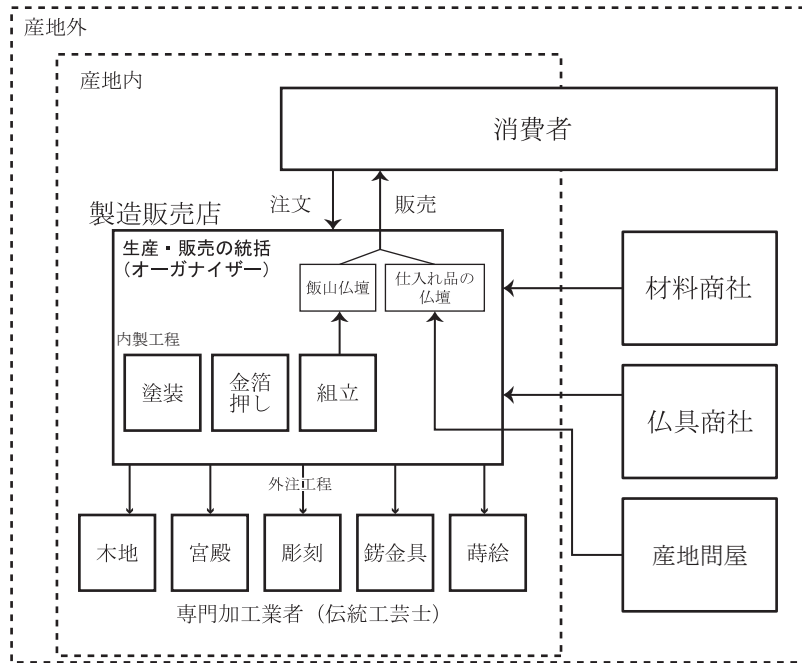
加工を行う専門加工業者であり、2016年時点で合計16軒ある。仏壇店は10軒、専門加工業者は6軒で、専門加工業者は全軒が伝統工芸士による事業所である。2016年における専門加工業者の内訳を担当工程からみると、木地1軒、宮殿1軒、彫刻1軒、鋳金具2件、蒔絵1軒となっている。

飯山産地の分業構造は、仏壇店が生産を統括するオーガナイザーとなる（第6図）。仏壇店は販売のほか、塗装、金箔押し、組立といった工程を担当する製造販売業者でもある。木地、宮殿、彫刻、塗装、鋳金具、蒔絵の5部門については、前述の専門加工業者に外注を行っている。また、一部の製造販売店は外注を行わずに、担当する従業員を雇用して自社で一部を内製することもある。

製造販売店は10軒のうち9軒が仏壇通りに店舗を構え、残りの1軒は仏壇通りから300mほど離れた場所に立地している。従業者数は平均6.1人、最多の店舗で16人、最小では2人だった。産地外に支店を持つ店舗は2件あり、店舗番号4は長野市に、店舗番号7は須坂市に、それぞれ支店を持つ。また、店舗番号7は飯山市内に仏壇と墓石の展示場がある（第2表）。

創業年はほとんどが戦前であり、明治以前から続く店舗も3軒存在する。創業の経緯については、店舗1、8、10といった老舗店舗を基軸とした徒弟制度による技能習得を経た独立である。例外として、店舗2は新潟の仏壇職人が飯山に移住したこと、店舗7は鋳金具職人からの転業が仏壇店創業のきっかけであった。このような業種転換のケースのほか、長子以外が独立して創業する場合もあり、店舗9と蒔絵業者、店舗7と鋳金具職人および宮殿職人はそれぞれ遠戚にあたる。飯山仏壇の製造販売店と専門加工業者は徒弟制度と親類関係の両面でつながりを持っている。

流通に関しても製造販売店が担当しており、飯山仏壇専門の産地卸業者はいない。受注から納品まで製造販売店の業務であり、納品先が相当な遠方でない限り、仏壇の設置まで行う。



第6図 飯山産地の生産流通構造

(聞き取りにより作成)

第2表 飯山仏壇の製造販売店一覧

店舗番号	創業年	従業者数	産地外支店
1	明治以前	10	無
2	明治以前	4	無
3	1961	2	無
4	1951	9	有
5	1891	2	無
6	1965 以前	3	無
7	1900 頃	16	有
8	1908	6	無
9	1942 ~ 1943	4	無
10	明治以前	5	無

注) 店舗番号1は仏壇通りに2店舗を構えている。
(聞き取りにより作成)

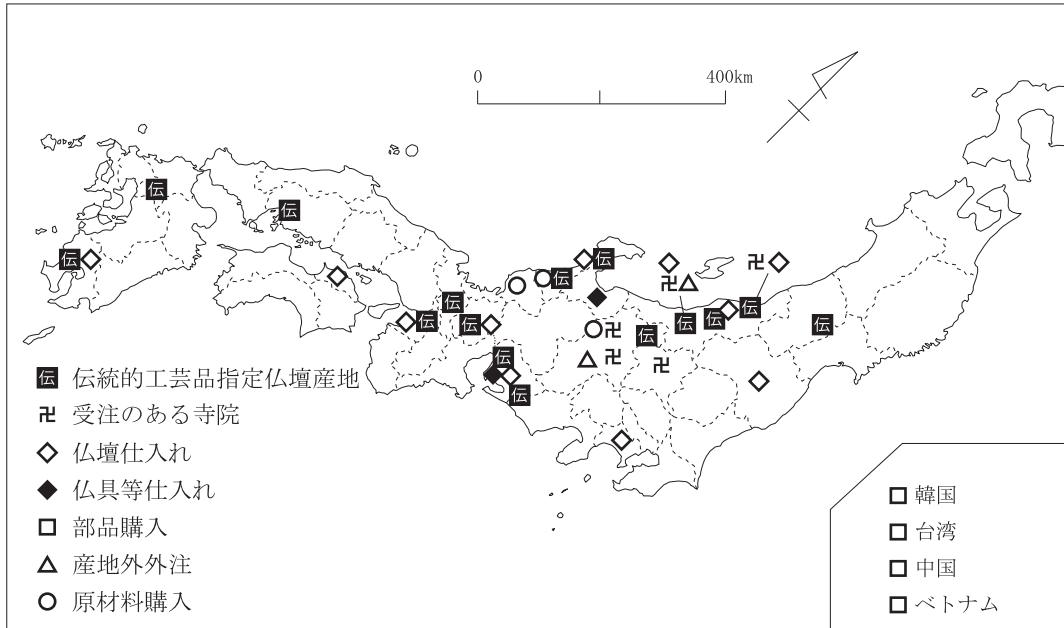
2) 製造販売店における産地内外の受発注関係

産地内の受発注では店舗間の仕事の融通や下請け関係はみられず、各店舗が独立して営業してい

る。製造販売店から専門加工業者に対しては全店舗が外注を行っており、2016年時点では鋳金具部門の業者を除き各工程に1軒ずつの産地構成のため、全店舗がほとんどの専門加工業者に外注を出している。

仏壇店から各専門加工業者への発注は、電話やFAXを用いるほか、対面の場合もある。製造販売店は木地、宮殿、彫刻、鋳金具、蒔絵の各部門の専門加工業者に対し、顧客の宗派、仏壇のサイズ、顧客の希望するデザインなどを伝え、それぞれ2回ないし3回程度の打ち合わせを行っている。特に要望されたデザインなどがあるときには、必要に応じて追加の打ち合わせを行う。パーツに用いる木材や金属といった原材料は、原則として各工程の専門加工業者が用意している。注文を受けてからの納期は、組合推奨品で1~2か月ほど、伝統的工芸品であればさらに1か月ほどかかる。

一方、産地外との受発注は第7図の通りである。産地外へ発注されるものには、金箔や漆等の原材



第7図 飯山仏壇製造販売店における産地外との取引関係

注1) 過去に取引を行っていた地域を含む。

注2) 凡例の数と取引業者数は一致しない。

(聞き取りにより作成)

料、仏具等の仏壇の付属品、完成品仏壇の仕入れ、海外製部品の購入、専門工程の産地外外注などが確認され、受注においては寺院との関係がみられた。

店舗毎に差異が大きかったのは、完成品仏壇の仕入れ先である。製造販売店では自社製造の飯山仏壇のほか、仕入れの仏壇も販売している。唐木仏壇や家具調仏壇は基本的には仕入れの品であるが、金仏壇の仕入れ品も存在する。仕入れ先は多岐にわたり、1店舗あたりでおおよそ5件ほど、多い店舗で30件以上の仕入れ先を使い分けている。地域は新潟、富山、滋賀、愛知、鹿児島など、国内の仏壇産地からの仕入れが多くみられた。

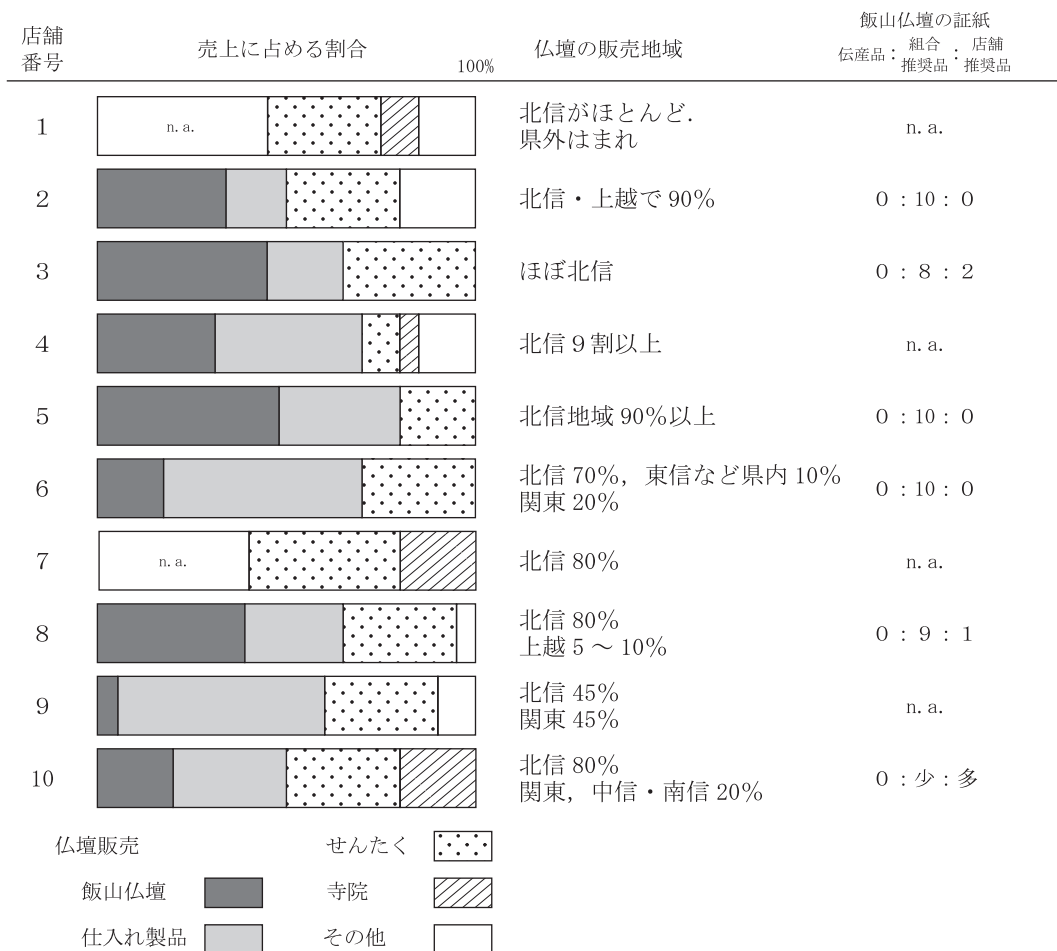
製造販売店では内製できない専門工程の関係では、海外から部品が購入されるケースがみられた。先述の通り、組合推奨品や店舗推奨品の飯山仏壇には海外製の部品使用が認められており、聞き取りでは彫刻部品を台湾、韓国、中国、ベトナムなどの生産国から購入していたことが確認された。

また、国内の産地外に加工を依頼する例も一部にみられた。

寺院からは寺院用の仏壇や宗教用具の受注があるが、仏壇の購入を希望する檀家の紹介を受けることもある。付き合いのある寺院数も店舗によって大きく異なり、2～3件の店舗から百件を超すという店舗もみられた。地域分布は長野市、松本市などの県内のほか、新潟、群馬県などであった。

Ⅲ-2 飯山仏壇製造販売店の経営状況

第8図に製造販売店の売上に占める品目別割合を示した。販売品目の分類は、仏壇の販売、飯山仏壇のせんたくの受注、寺社関係の受注、その他と分類し、仏壇の販売については飯山仏壇か仕入れ仏壇かを区別した。また、飯山仏壇に関しては伝統的工芸品、組合指定伝統工芸品(組合推奨品)、飯山仏壇(店舗推奨品)といった販売区分別の割合も付記した。なお、飯山仏壇でよく売れる価格帯は100万円から150万円ほどで、せんたくの場合



第8図 飯山仏壇製造販売店における売上品目の割合（2016年）

注1) n.a.は飯山仏壇と仕入れ製品の販売割合不明。

注2) 「その他」とはろうそくや線香などの消耗品、位牌彫刻や本尊などの仏具、仏壇関係以外の雑貨生産などを指す。

（聞き取りにより作成）

はその半額の50万円から100万円ほどの費用になる。伝統的工芸品の場合の価格は本体の大きさによって異なるものの、おおよそ200～300万円以上の価格となる。また、仕入れ品の仏壇は、唐木仏壇や家具調仏壇の安いもので30～40万からの価格帯である。

主な売上品目は仏壇の販売であり、そのうち飯山仏壇の売上が半数ほどを占めている。また、飯山仏壇のせんたくと合計すると、飯山仏壇に関する売上で70%ほどを占める店舗が多い。飯山仏壇

の販売時の表示は組合推奨品が多数を占め、伝統的工芸品として販売されるものは少ない。寺社関係の仕事は店舗により異なり、多い店舗で20%ほどだが、寺社からの依頼はほとんどない店舗も多かった。

仏壇の販売先は、ほとんどの店舗で北信地域が8割以上を占めた。その他の地域では新潟県上越地方や東信地域がわずかにみられ、長野県内でも北信地域以外はまれである。また、東京や埼玉などの関東圏からの受注では、長野県出身者からの

依頼であることが多いという。新潟県や長野市には自社製品の飯山仏壇を販売することが多いが、南信や東信地域は飯山仏壇のような金仏壇よりも、仕入れの唐木仏壇や家具調仏壇の販売が主である。

飯山産地の場合、消費者が仏壇を購入するきっかけは、近親者を亡くした場合や法事の前などの宗教上の事情のほか、住宅の新築やリフォーム工事に合わせた依頼が多い。店舗の選定は知人や親類からの紹介であったり、先述の通り寺院からの紹介であったりすることが多数を占める。そのため、仏壇通りを訪れて、いくつかの店舗を見て回るケースは少ないという。

このような顧客属性から、広告については新聞やラジオといったマスメディアが従来ほど重視されなくなりつつある。過去には野立て看板がマスメディア同様に多く利用されていたが、現在ではホームページを用いた宣伝が重視されており、10軒中7軒の店舗で宣伝にインターネットが利用されている。また、聞き取りではFacebookなどのSNSを活用している店舗も2店舗確認された。これらの店舗では販路開拓の一環として、百貨店の催事等にかかれる仏壇の相談会をSNSで告知するなどといった広報活動を行っていた。

Ⅲ－３ 組合の取り組み

産地の抱える諸課題に対し、2014年度に組合が飯山市から補助金を受けた事業は4点あり、地元祭事の実施、人材育成、工芸展の出展、新聞広告について助成を受けた（第3表）。

助成規模が最も大きいものは、毎年7月に開催される「奥信濃特産まつり」に対する助成である。この祭りは仏壇通りで行われ、獅子舞の舞踊や神輿の練り歩き、流しそうめんといったイベントが行われ、メインイベントの一つとして飯山仏壇の伝統工芸体験が人気を博している。2016年度は金箔押し、蒔絵、彫刻の3部門について体験教室が開かれ（写真4）、金箔押しは製造販売店の店主が、蒔絵と彫刻は各部門の伝統工芸士が講師を務めた。

次に助成額が大きい小型仏壇の製作事業は、技術伝承と人材育成を目的としている。この事業では組合青年部の職人を対象に、産地の熟練労働者や伝統工芸士によって飯山仏壇の技法全般に渡る指導が行われている。通常は漆塗りや金箔押し、組立といった工程を担当する製造販売店の従業員であっても、蒔絵や彫刻といった専門工程の指導を受けることができる点が特徴である。

組合による広報活動については、伝統的工芸品展への出展や広告事業を行い、一部の事業に関し

第3表 飯山仏壇事業協同組合に対する飯山市の補助金交付事業（2014年度）

補助金等の名称	目的	補助金等 交付額	着手予定年月日 完了予定年月日
平成26年度 奥信濃特産まつり事業	奥信濃の地場産業を一堂に集め、 PRを兼ねて積極的に振興をはかる。	776,000円	2014年5月18日 2014年11月30日
伝統産業振興 対策事業	伝統技術による小型仏壇を製作する。	368,000円	2014年11月1日 2015年3月31日
伝統産業振興 事業補助金	2014年度に於いて開催される伝統的 工芸品展に出品、展示して飯山仏壇 の宣伝、販路拡大に資する。	90,000円	2014年11月1日 2015年3月31日
伝統産業振興 販路促進事業	飯山仏壇の宣伝を行い、販路を開拓す るために信濃毎日新聞に広告を載せる。	155,000円	2014年12月2日 2015年3月31日

（飯山市役所提供資料により作成）



写真4 第32回奥信濃特産まつりの様子

(上) 蒔絵体験コーナー「塗り板に蒔絵」。(下) 彫刻体験コーナー「お盆をつくろう」。伝統工芸士が講師を務めたこれらの体験コーナーのほか、製造販売店の店主による金箔押し体験コーナー「金箔ステンシル」も設けられた。10時から15時30分までの受付で、定員は各50名。

(2016年7月 栗林撮影)

て市から助成を受けた。組合が参加した工芸品展示会は年6回⁶⁾あり、開催地域は飯山市内2回、長野県2回、東京都2回となっている。飯山市内の展示会は伝統工芸会館内で開かれ、組合青年部制作の小型仏壇も「青年部講習会作品展示会」において館内で展示された。

助成を受けたのは東京の展示会で、全国や関東地区の伝統的工芸品を対象とした大規模なものであった。長野と東京における展示会では、出品者である各店舗の作品のほか、組合共同製作の仏壇も毎年出品されている。

組合が携わったその他の事業としては新聞広告

が出されており、一部は助成事業として実施された。新聞広告は全国紙1社と地方紙2社、地元テレビ局やラジオによる広告は延べ8件あった。地元の地方紙には年2回、7月の奥信濃特産まつりの直前と2月の春彼岸に合わせて広告が掲載された。

2016年度からの新しい取り組みとして、地域資源製品開発支援センター、長野県中小企業団体中央会、飯山商工会議所といった機関と連携し、「IIYAMA MADEシリーズ・飯山仏壇新STYLE」と名付けられた新しい仏壇の開発を開始している。この事業には外部デザイナーを招聘しており、デザインには飯山仏壇の風合いを残しながらも、仏壇以外の様々な部屋の雰囲気にも調和するよう工夫された仏壇となる予定である。

以前に行われた組合の取り組み事例としては、展示試作館「奥信濃」にある金箔貼りトイレの施工も、過去に助成を受けた事業の一つとして挙げられる。これは仏壇通りの観光スポットとしての役割もあるが、もともとは高額な原材料費を要する金箔押しの工程の習熟を兼ねたものであった。

文化的事業として、飯山ゆかりの美術品の修復に組合が携わった例もある。JR飯山駅にある社殿には高さ約8.4mになる仁王像が飾られており、寺の町と称される飯山において象徴的な仏像であるが、これはもともと長野市の善光寺で1912年に行われた「御開帳」に合わせて飯山で制作されたものであった。その後は長野市内の別の寺院に移され、2011年に飯山市に寄贈された後、組合による修復を終えて公開に至っている。

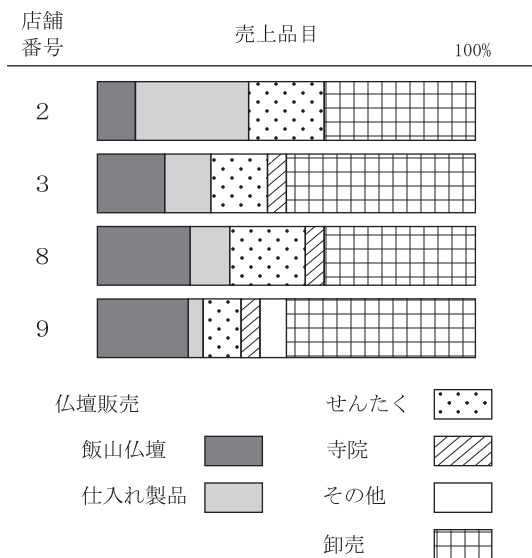
IV 飯山仏壇産地における市場縮小への対応

IV-1 産地構造と労働力構成の変容

飯山仏壇が1975年の伝産品指定を受ける際に作成された「伝統的工芸品の指定の申出書」⁷⁾には、当時の販路について消費者50%、小売店50%と報告されている。また、聞き取りによると産地の第2のピークであった1990年の頃の売上は、店舗番号2, 3, 8, 9においてそれぞれ約50%が卸売

によって占められていたことが確認された（第9図）．当時の卸売先は長野市などの北信地域や新潟県上越地域が中心で、一部に東京や名古屋などの大都市圏の小売業者が含まれていた．新潟の場合、当地の仕様に合わせた仏壇を販売することもあったという．2016年現在、いずれの店舗も卸売はほぼ行っておらず、消費者への直接販売の比率が増していることが全体の傾向として推察される．

伝統的工芸品などの販売時の表示区分についても、変化があった．飯山産地はかつて全国的に見ても伝統的工芸品の占める割合が高い仏壇産地であったが、現在では非常に少なくなっており⁸⁾、伝統的工芸品としての出荷は産地全体でも年間に数本ではないかと推測されている⁹⁾．伝統的工芸品の不振は、コストパフォーマンスの点で消費者にとってメリットが決定的ではないことも理由の一つである．たとえば、漆塗りの工程では組合推奨品などで認められているスプレーを用いて塗装したほうが早く完成し、仕上がりも伝統的工芸品に大きく見劣りするものではない．消費者にとっては、最高級仏壇を求めない限りは組合推奨品や店舗推奨品の仏壇が現実的な選択肢となっている



第9図 飯山仏壇製造販売店における売上品目の割合（1990年）

（聞き取りにより作成）

のが現状である．

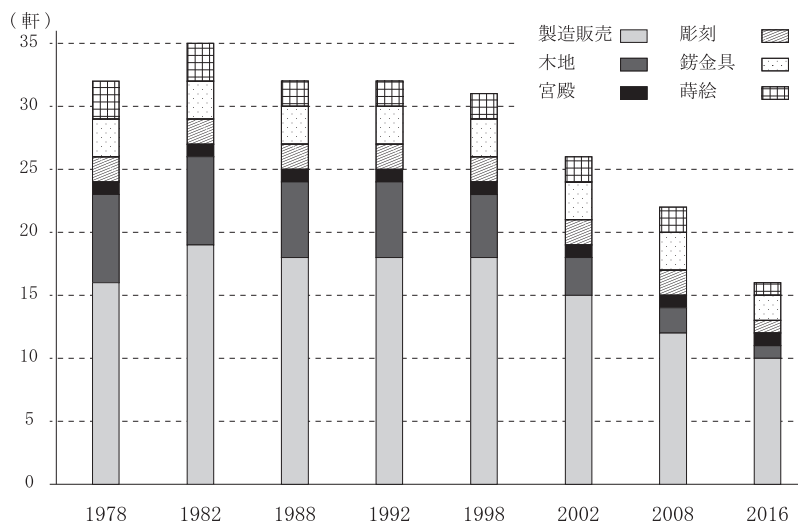
また、せんたくの受注も絶対数は減少しているものの、売上に占める割合は微増傾向にある．新しいものでは10年ほどの仏壇が、古いものでは100年以上経過した仏壇がせんたくに出されてくるが、とくに1970年代の仏壇がせんたくの時期となっていることから、製造販売店では今後の受注を期待する向きもある．

仏壇需要の低迷に対して他分野へ進出する事例は多く見られるものの、事業として軌道に乗るには至っていない．店舗2では漆を用いた携帯電話ケースを、店舗5では漆を用いたアクセサリ制作を行っているほか、店舗7では木工の技術を活用し、木笛や獅子頭といった祭事用品、枡やカップなど日用品の製造も手掛けているが、売上に占める割合は相当に低い．専門加工業者の事例では、製造販売店に比べ他分野の受注が占める売上の割合がやや高い．例として、彫刻師は工芸品や神棚など、蒔絵師は蒔絵を用いた時計板やかんざし、ペンダントなどの制作を行っている．

つぎに、飯山産地の労働力構成の変化として、まず産地全体の分業構造の変化について述べる．飯山仏壇の専門加工業者数における業種別推移は第10図の通りである．

組合員数のピークは1982～1983年の35軒で、当時は製造販売店19軒、専門加工業者16軒の構成であった．専門加工業者の内訳は、木地7件、宮殿1軒、彫刻2軒、蒔絵3軒、鋳金具3軒となっていた．製造販売店は1998年まで18軒の規模を保っているが、その間木地部門が2軒減少し、2000年代に入ってから急激に店舗数が減少した．2016年には鋳金具部門を除き、専門加工業者も各部門1軒となり、産地内の外注先はどの製造販売店も画一的なものになりつつある．

製造販売店における労働力構成の変化をみると、非家族従業員の減少が顕著である（第4表）．2016年時点では家族従業者のみの店舗が4軒、非家族労働者の雇用がある店舗が6軒あるが、かつてはいずれの店舗も漆塗りや組立、金箔押しなどの工程を中心に正社員、パートタイマーなどを雇



第10図 飯山仏壇産地における業者数の業種別内訳

(飯山仏壇事業協同組合提供資料により作成)

第4表 飯山仏壇製造販売店における非家族従業員の変化

店舗番号	後継者の状況	現在の非家族従業員と主な担当工程	過去の非家族労働者
1	未定	塗装・研磨・組立 (7)	1985年まで鋳金具, 2010年まで木地, 2015年まで蒔絵担当の従業員がいた。
2	有	塗装・研磨 (1)	1995年頃は6人。
3	無	なし	1980年頃, 近隣のパートタイマー
4	有	n. a	塗装や組立で30人以上はいた。
5	無	なし	手作業が多かった時代で, 1980年頃には6人ほど。
6	未定	なし	先代のことではっきりしないが1980年頃は4人ほどが塗装や金箔押しに従事していたのではないかと。
7	有	木地 (2), 鋳金具 (3) 塗装・金箔押し (4), 組立 (1)	1950～1960年代には40人以上の雇用があった。
8	無	金箔押し・塗装 (4)	1975年頃, 30人以上。金箔押しや組立に従事していた。
9	有	塗装等 (2)	1975年前後, 木地, 塗装, 下地処理, 組立, 金箔押しなどで11人。
10	未定	なし	彫刻, 木地, 研磨, 下塗りなどの担当従業員。多いときで男女半々の8人ほど。

注) 括弧内は人数をあらわす。

(聞き取りにより作成)

用し、以前は30人以上の雇用があった店舗もあった。また、過去には少なくとも4店舗において木地部門などの専門工程を内製していた。現在、完全に社内で一貫生産できる製造販売店は店舗7に限られており、専門工程の内製化は少なくなっている。そのため、専門加工業者の減少のほかにも、産地では製造販売店の内製機能についても弱体化が認められる。

2016年時点での事業継承者の有無をみると、確保できている業者は16軒中6軒ある。製造販売店は10軒中4軒で後継者がすでに従事しており、くわえて学生や生徒、未就学の児童がいる店舗も3軒ある。一方で専門加工業者はより厳しい状況にあり、木地と蒔絵部門のみの6軒中2軒という状況である。70代の宮殿業者の経営者にはかつて10年ほど宮殿作りに従事した40代の子息がいるが、受注量の少なさから転職をしており、今後事業が続けられるかは未定となっている¹⁰⁾。

Ⅳ-2 飯山仏壇をとりまく市場環境の変化

一般家庭への仏壇の普及は江戸時代の寺請制度に起源をさかのぼることができ、仏壇産業の分布も影響を色濃く残している。そのため、仏壇の需要は市場における人口に比例すると考えられており、その市場を規定するのは当地に広く普及している宗派によって異なる仏壇の様式である。たとえば内田（1974, 1977）は特定宗派の寺院数との関連から、仏壇産地の初期の成立要因を推察している。全国的な市場を有する京都や大阪といった仏壇産地も、当地の需要による消費地立地から、流通機能の発達によって広域に市場を広げた経緯がある。

この観点から、飯山産地の北信地域における地域市場の確立は、近畿から北陸方面にかけて主流である金仏壇商圏のうちでも、唐木仏壇商圏に近い境界上にあること、技術力の向上により地域独自の工芸的様式を持ち得たことなどが要因であると指摘できる。

1970年代は、日本の高度経済成長に合わせて国民も富裕化し、「家より高い」と言われ憧れの対

象であった金仏壇も広く普及するようになったが、飯山産地は全国に先駆けて導入したプラスチック彫刻部品の使用や、労働集約的生産システムの完成によって大量生産化に成功しており、普及期の市場に適応していった。

また、大量生産と同時に品質の向上にも取り組み、1975年には伝統的工芸品の指定も受けている。このような品質面での向上を伴う伝統的工芸品指定によるブランディングも、京都や大阪、北陸といった地域に比べれば後発仏壇産地である飯山産地にとって、近隣他産地との潜在的競争に対して有効であったものと思われる。結果、長野県内で高級仏壇といえ飯山仏壇のことを指すというというまでに高いブランド力を持つに至った（内田、1965）。

今日の仏壇需要の不振については、その社会的要因として以下の三点が指摘されている。まず、高度経済成長期以降に活発化した都市住民の移動によって、寺院との関係が希薄化していること。第二に、居住空間の洋式化により仏間がない住宅が増えていること。第三に、核家族化の進展に伴って、仏壇に祀る近親者がいない家庭が増加したことである（経済産業省、2011）。これらの消費者の生活スタイルの変化は全国的な傾向であるが、伝統的工芸品産地として発展し、大型の金仏壇を製造してきた飯山産地にとってはなおさら厳しい状況下にあるといえる。

飯山仏壇事業協同組合では1980年代に北信地域の仏壇の普及率を調査しており¹¹⁾、農村部は当時すでにほぼ100%、都市部は30%ほどであったという。さらに都市部の住宅事情では需要開拓が困難であることが調査当時から予想されており¹²⁾、新規販売需要には農村部や都市部を問わず今後も期待できないという製造販売店の意見もみられた。

このような消費者の生活スタイルの変化は1970年代から徐々に進行し、バブル景気の裏で潜在的に仏壇需要を圧迫してきたものと思われる。バブル崩壊を契機に全国的な仏壇市場の縮小が露呈するなか、飯山産地では1990年代後半まで産地規模

は維持されていたが、この背景には1998年に開催された長野オリンピックの影響が製造販売店への聞き取りによって確認されている。当時、関東圏からのアクセスが悪かった長野市近辺において開催日までに急速に進められたインフラ整備は新幹線や複数の高速道路路線など大規模なもので、高速道路以外の関連道路も含めれば計上された費用は1兆2,910億円に上った¹³⁾。用地を提供した農家や地主は田畑の売却益や住宅の移転新築の機会を得たが、先祖伝来の土地を売って得た収入であることを理由に、仏壇を買い求めたりせんたくを行ったりする例が産地では多くみられたという。しかし、その後の2000年代は新規住宅の着工数は全国的に低調であり、2015年の長野県においては長野オリンピック前の半数の水準である¹⁴⁾。

消費者のライフスタイルに起因する需要変化のほかにも、国内製造業における産業構造の変化も産地の市場変化要因として指摘される。2000年代以降は安価な海外製品との競合によって、飯山産地においても価格の下落と高価な伝統的工芸品の不振が生じている。さらに、消費者が仏壇を購入する頻度は一般に極めて低いことから、消費者と製造販売店との間には「情報の非対称性」が指摘されている（伝統的工芸品産業振興協会、2004）。つまり、消費者は伝統的技法の加工賃などを含めた仏壇の販売価格が適正か否かの判断が困難であり、仏壇であればどれも日本製の手作りであるという漠然とした認識を持って、海外製品を目安とした安価な価格を求めているようになっているのである。

このように、飯山産地には全国的な仏壇の需要変動が縮小させる地域市場を維持するための方策が求められている。

Ⅳ-3 市場縮小期における産地の対応

全国で共通する仏壇需要の低迷に対し、鹿児島県の川辺仏壇産地の小規模事業所では、寺院用仏具・仏壇の製造修理への事業転換、他産地の下請け、特注高級品の受注に特化するなどの企業対応がとられている。また同産地の大規模な事業所では、

海外製部品の使用や他の仏壇産地への外注によるコスト削減によって製造される安価な仏壇と、従来の伝統的工芸品の仏壇を併存させ、製品の多様化を行っている（上野、2004）。

しかし飯山産地においては大幅な製品転換や受注先の変化はなく、卸売の販売減はあるものの、依然として北信地域の消費者を対象とする飯山仏壇の商圈によって産地は存続している。また、他分野への事業多角化が飯山産地で収益化されにくいのは、竹内（2005）が指摘するような仏壇製造技術の特殊性が影響しているものと思われる。

一方で、産地の特徴的な対応として指摘されるのは、仏壇の需要開拓や伝統的技術の保存を目的とした協働的取り組みの存在である。

これまで製造販売店は、店舗独自に製品開発に取り組んできた。これには、過去に産地の主力製品であった伝統的工芸品が定型的な様式を持っていることから産地内での差別化は難しく、他店との協働した事業を行う余地がなかった事情が推察される。2000年代以降、伝統的工芸品や伝統的技法を用いた高級仏壇としての飯山仏壇は消費者のニーズに合致しているとは言い難く、産地では伝統的技法に依らない製品開発と同時に、伝統的価値観を保存する必要性に迫られている。

その点で、Ⅲ-3で述べた新型仏壇の製品開発の進展が注目される。上野（2007）は、産地に長年醸成された「産地性」や「伝統性」が製品価値を保証するうえで伝統的工芸品に限らず重要であり、産地の維持にも相互作用的に重要であることを述べている。飯山産地の新型仏壇も同様の方向性であり、伝統的技術を付加価値とする現代的な仏壇の販売が増加すれば、産地の存続に一定の役割を果たすと思われる。

しかし、伝統的工芸品の指定を受けない飯山仏壇の販売が増加することで、産地の専門加工業者は厳しい状況にある。2016年現在、産地内の分業構造は維持されており、工程に欠失は生じていない。製造販売店と比較して専門加工業者の後継者難は深刻であり、産地内での完結した生産システムの喪失が危惧されている。

産地では伝統的技術の保存のため、組合が中心となって人材の育成事業を行ってきた。後継者育成事業は複数の工程をまたいだ横断的な指導であることから、産地全体で仏壇製造技術を保全しようとする試みであると考えられる。同様の傾向は助成事業以外のインフォーマルな機会にもあり、以前では企業秘密としていた工夫やコツといったことも、現経営者の世代となってからは互いに教えあうような気風になっているという。

ただし、このような取り組みや動きは伝統的技術を産地に関する知識として保存するものであって、実際に工程を担えるような伝統的技術の継承や専門加工業の事業継承についてはまだ成果が出ていない。すでに飯山産地では展示会用などの象徴的なものになりつつある伝統的工芸品であるが、完全な産地内加工を行う機能が失われた場合、産地性の文脈は容易には回復できない。

さらに、伝統工芸士は技術的基盤を担う熟練労働力であるだけでなく、地域の様々な文化的役割を担っている点も重要である。彫刻師は飯山市内の小・中学校や高等学校に招かれ、授業で生徒に彫刻を指導しているが、これは技能の直接的活用であると同時に、地域性を持つ教育活動において重要な役割である。ほかにも、Ⅲ－3において述べたように、体験型観光に対する地域資源としての役割、宗教芸術への寄与など、幅広い分野での貢献が伝統工芸士の活動には認められる。

産地の暗黙知の世界を享受できる産地性(上野, 2007)に裏付けされた伝統的技術に求められる役割は多様である。このような代替できない地域的な役割についても、産地としていかに維持していくかが、飯山産地の課題となっている。

V おわりに

本稿では、長野県飯山市の伝統的工芸品である飯山仏壇を事例とし、市場変化に対する産地対応を明らかにした。その際、地場産業をとりまく市

場環境と経営状況の変化に着目し、以下の知見が得られた。

1970年代において、飯山仏壇産業は市の基幹産業のひとつであった。大量生産のシステムを取り入れ堅調に推移し、ブランド化も推し進めた結果、伝統的工芸品として認定された。

バブル経済の崩壊とともに全国的に仏壇市場が縮小するなか、飯山産地では局地的な需要地域を有していたために、長野オリンピック関連の特需によって一時的に規模を維持していた。その後は全国的傾向と同じく、変化した消費者のライフスタイルへの対応に迫られるようになった。仏間の無い洋式化した家の増加や核家族化によって仏壇に祀る近親者がいない家庭が増加し、飯山仏壇のような大型の金仏壇はとくに厳しい状況下にある。

このような市場変化に対し、伝統的工芸品としての飯山仏壇は必ずしも消費者のニーズに直結しておらず、産地の業者は減少している。とくに2000年代に入ってからはその傾向が強まっており、地場産業としての分業構造が縮小している。専門加工業者は5工程のうち4工程で1軒のみ、残りの1工程では2軒を残すのみとなって、外注先の選択も限られるものとなっている。製造販売店で雇用される従業員も減少し、産地の伝統的技術の継承には課題が多い。

産地は危機感を募らせており、協働的な動きも活発化している。かつて技法などは産地内競争を勝ち抜くために秘匿されたものであったが、近年は青年部への教育を中心に、飯山仏壇の技法を伝達する動きがある。製品開発においては伝統的工芸品としての正統性を維持しながらも、デザイン面などにおいて現代的な機能を有した仏壇作りが求められており、産地内での協業の進展が望まれる。こうした新たな動きは伝統の保存と製品開発の融合過程として考えられ、世代間や業種間の合意形成と協働的取り組みが今後より重要になるものと思われる。

本研究の現地調査に際して、飯山仏壇事業協同組合理事長の上海一徳様、事務長の浅山佐知子様をはじめ、組合員の皆様にはご多用のところ長時間の聞き取り調査にご対応いただき、多大なるご協力を賜りました。末筆ながら、記して深く御礼申し上げます。

[注]

- 1) 伝統的工芸品は2016年時点で222品目あり、1975年2月の第1次指定で11品目が指定されたのを嚆矢として、これまで52回にわけて指定が行われた。飯山仏壇の指定は1975年に行われた第3次指定である。なお、現在までに同指定を受けた仏壇は15品目あり、1970年代の指定が10件、1980年代の指定が5件ある。1982年の大阪仏壇を最後に、仏壇部門での新たな伝統的工芸品指定はない。
- 2) 飯山仏壇事業協同組合所蔵。
- 3) 飯山仏壇事業協同組合所蔵。
- 4) 宗教用具製造業とは、主に仏壇、仏具、神棚などを製造する業者のことを指す。日本標準産業分類の中分類では、家具・装備品製造業に含まれる。仏壇は漆器製家具に分類されるものがあるが、本稿では仏壇の需要動向をより反映していると思われる宗教用具製造業の統計を用いた。
- 5) 代表的な仏教の宗派（天台宗・真言宗・浄土宗・浄土真宗本願寺派・真宗大谷派・臨済宗・曹洞宗・日蓮宗）を総称して八宗という。宗派によって本尊や脇掛など仏壇に収めるものが変わるが、飯山仏壇は各宗派に対応している。本尊以外にも、浄土真宗東本願寺派では宮殿の屋根に瓦棒がつくといった違いもある。
- 6) 展示会への参加回数は2016年度のもの。組合への聞き取りによると、出展する展示会にはほぼ変化はない。
- 7) 飯山仏壇事業協同組合提供資料。
- 8) 伝統的工芸品産業振興協会（2004）によると、伝統的工芸品の占める割合が最も高かった年は1996年で25.3%、販売時に添付された伝統的工芸品の証紙は300枚弱であった。2003年には1.5%、証紙発行枚数は7枚まで減少している。組合推奨品の増加については、2002年に伝統的工芸品の認定基準を厳格化し、多くが組合推奨品に該当するようになったことが理由であると報告されている。
- 9) 飯山仏壇事業協同組合および販売店への聞き取りによる。
- 10) とくに労働集約的工程において海外製部品への代替が進んでいる。同じ金仏壇である大阪仏壇の場合、伝統工芸士に彫刻を依頼すると70万ほどの工賃となるが、中国製の彫刻であれば4万円で購入できるという（竹内、2005）。ただし、大阪仏壇は大都市型の仏壇産地で人件費が高いことには留意する必要がある。
- 11) 当時、調査に参加した製造販売店への聞き取りによる。組合への聞き取りでは調査結果の資料は現存していないとの回答であった。
- 12) 家族構成の分類から住生活を調査した大岡（1996）によると、吹田市・福岡市・熊本市・八代市において仏壇の所有率は51.2%、新たに分家を創設した家庭に限れば所有率は18.3%であった。
- 13) 長野オリンピックの開催にあたってはインフラ整備費として、関連道路整備費1,980億円、北陸新幹線（高崎－長野間）4,461億円、長野自動車道（豊科－更埴間）2,079億円、上信越自動車道（佐久－信州中野）4,390億円が計上されており、以上を総計すると12,910億円となる。
- 14) 1995年の新規住宅着工数は26,794、うち持ち家は12,884であったが、2015年度では新規住宅着工数は10,609、うち持ち家は6,660となっている。1980年代の後半から1995年頃までは、長野県の新規住宅着工数が全国的な動向に反して漸増した時期であった。

[文献]

- 青木広安・山上茂司（1986）：北信の地場産業。市川健夫・竹内淳彦編：『長野県の地場産業』信濃教育出版社、119-166。
- 飯山市誌編纂委員会（1995）：『飯山市誌歴史編 下』。

- 飯山市経済部商工観光課（2016）：『飯山市の商工業と観光の概要』。
- 上野和彦（2004）：川辺仏壇産地の構造と再生への思惑。中小企業と組合，**59**(7)，24-28.
- 上野和彦（2007）：『地場産業産地の革新』古今書院。
- 上野和彦（2010）：地場産業研究の課題。学芸地理，**65**，3-10.
- 内田秀雄（1965）：飯山仏壇について－伝統工業の地理学的研究－。生活文化研究，**13**，431-442.
- 内田秀雄（1974）：山形における仏壇工芸について。奈良大学紀要，**3**，39-51.
- 内田秀雄（1977）：九州の漆器工芸-福島と川辺の仏壇の場合。奈良大学紀要，**5**，15-31.
- 大岡敏昭（1996）：都市における継承世代家族の住宅および住生活の特質・動向とその家族の論理に関する研究（1）。熊本県立大学生生活科学部紀要，**2**，21-36.
- 金田昌司（1978）：伝統型地場産業の立地－飯山仏壇業について－。経済学論纂，**19**(4)，43-80.
- 経済産業省（2011）：『仏壇産業の現状と今後のあり方に関する研究会報告書』。
- 経済産業省（2013）：『2013年版ものづくり白書』。
- 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。
- 下水内郡教育会（1913）：『下水内郡誌』。
- 須山 聡（2003）：地場産業研究の動向と課題。高橋伸夫編：『21世紀の人文地理学展望』古今書院，186-196.
- 竹内淳彦・小田宏信（2014）：グローバル化のなかの地域と経済。竹内淳彦・小田宏信編：『日本経済地理 読本第9版』東洋経済新聞社，1-15.
- 竹内裕一（2005）：大都市内伝統産業の存続可能性。竹内淳彦編：『経済のグローバル化と産業地域』原書房，61-74.
- 千葉 勝（2008）：伝統産業産地政策のあり方。上野和彦・政策科学研究所編：『伝統産業産地の行方－伝統的工芸品の現在と未来－』，172-186.
- 伝統的工芸品産業振興協会（2004）：『平成15年度伝統的工芸品産地調査・診断事業報告書 産地特別調査 診断－仏壇－』。
- 山本俊一郎（2011）：産地縮小期における神戸ケミカルシューズ産地の社会的分業構造の変容。大阪経大論集，**62**(2)，43-56.