

戦後松永下駄産地の生産拡大と業種転換：1950～60年代を中心に

張 楓*

はじめに

本稿の課題は、戦後松永下駄産地の具体的展開を、戦後復興期から高度成長期始動期に至るまでの期間を中心に、当該時期における履物消費需要の劇的な変化を踏まえながら、松永産地の最大のライバルである静岡産地との産地間競争に着目して明らかにすることにある。

周知の通り、戦後復興期における消費需要の動向は中村隆英の研究に代表されるように、「伝統的な生活様式」または「戦前型の消費」への回帰として一般的に認識されてきている¹。しかし、近年、こうした「戦前型の消費」への回帰という現象は敗戦直後に「人々の選好がアメリカ型に変わったにもかかわらず、生産がそれに応じることができなかつたため」であり、耐久消費財以外の「比較的生産の容易な衣類などでは、人々の購入品は終戦直後の1946年から50年までの間にはっきりと西洋型に変化していた」との見解が寺西重郎により提示されている²。また、武田晴人の戦後復興期に関する一連の最新研究では、戦後復興期に戦時期に抑圧されていた消費需要への激しい「渴望」が爆発し、満たされると同時に、「戦前期の平時への復帰を越えた」より高い水準の生活を求める動きが始まっていると指摘されている³。つまり、消費選好は戦後復興期において従来から一般的に認識されている、「戦前型の消費」への回帰に一方的に偏向していくわけではなく、相当早い時期から西洋型をはじめとする新しい消費財またはそれに象徴されるようなより豊かな生活に向かいつつあったということである。本章で取り上げる下駄は草履とともに古くから続く、伝統的なサンダル型履物であるが、後述するように、とりわけ戦後復興期の後期に当たる1950年代前半期においては、伝統的なサンダル型履物消費需要が満たされるなかで、近代的なシューズ型の「モード履」（木製サンダル）や新素材によるケミカルサンダル「ヘップサンダル」のセンセーショナルな登場にみられるように、伝統的なサンダル型履物をとりまく消費需要には

*業界団体の第1次史料の閲覧にあたって、株式会社マルヤマと（財）日本はきもの博物館（現、松永はきもの資料館）、行政文書や業界関連二次資料の閲覧にあたって、福山市歴史資料室と広島県立総合技術研究所東部工業技術センター、静岡特産工業協会に格別のご高配を賜った。ここに記して感謝の意を表する次第である。

¹中村隆英『日本経済—その成長と構造 [第3版]』東京大学出版会、1993年、第5章。中村隆英「戦後在来産業の動向と変容」中村隆英編『日本の経済発展と在来産業』山川出版社、1997年。

²寺西重郎『歴史としての大衆消費社会』慶應義塾大学出版会、2017年、201頁。

³武田晴人「需要構造」武田晴人編『日本経済の戦後復興』有斐閣、2007年。同「序章」同編『戦後復興期の企業行動』有斐閣、2008年。

劇的な変化が確認される。なお、こうした変化が、大衆消費社会の形成が進む1950年代後半以降の高度経済成長期に先立って現れており、また高度経済成長期にさらに加速化していくことは注目すべきである。

一方、戦後復興期から高度成長期にかけての産地や中小企業の展開に注目した際、つぎのような新たな研究動向は注目すべきであろう。まず、戦後復興期に関する日本経済史研究では、敗戦直後から圧倒的多数の中小・零細企業群が「強靱で柔軟な生命力」を発揮し、「噴き出した日用消費物資に対する潜在需要にこたえる生産」を展開することでいち早く復活していたことが指摘されてきている⁴。また、高度成長期以降におけるさらなる量的拡大と成長が継続する中小企業のダイナミズムに対する関心が高まるなかで、従来の企業規模の格差による中小企業の脆弱さを強調する「二重構造モデル」にかわって、相互に関連する多数の中小企業が狭い地域に集中することのメリットを重視する「産業集積モデル」が提示されている⁵。しかし、そうした研究は共通して、戦後復興期と高度成長期という二つの時期を射程に入れて前述した当該時期における消費需要のドラスティックな変化を踏まえた産地や中小企業の具体的な分析にまでは及ばなかった。本章で注目する、圧倒的多数の中小・零細企業からなる下駄産地では、後述するように、敗戦後とりわけ1950年代前半期から1960年代にかけての消費選好の洋風化をとらえて積極的な新商品開発や販路開拓が繰り返され、そのことが産地間競争を激化させ、またそれを起因とする産地内の業種転換などにみられる構造的転換を引き起こしていくこととなったのである。

以上のような研究状況から、本稿では、戦後復興期から高度成長期にかけての履物消費需要の動向を踏まえながら、当該時期において激化する産地間競争を重視する視点から、松永下駄産地の生産拡大と構造的転換について検討していきたい。

一、戦後履物消費需要の動向

(1) 戦後履物消費需要動向

⁴宮崎正康・伊藤修「戦時・戦後の産業と企業」『日本経済史7「計画化」と「民主化」』岩波書店、1989年。前掲中村「戦後在来産業の動向と変容」『日本の経済発展と在来産業』。

⁵植田浩史「中小企業」武田晴人編『高度成長期の日本経済』有斐閣、2011年。鈴木良隆・大東英祐・武田晴人編『ビジネスの歴史』有斐閣アルマ、2004年、第21章。宮本又郎・阿部武司・宇田川勝・沢井実・橘川武郎『日本経営史〔新版〕—江戸時代から21世紀へ—』有斐閣、2009年、第5章。伊丹敬之・松島茂・橘川武郎編『産業集積の本質』有斐閣、1998年。

履物はおおまかにサンダル型履物とシューズ型履物の2種類に分類されている⁶。前者は開放性履物ともいわれ、底材と紐とからできて足の甲を覆わないもの、たとえば木履（下駄）や草履などである。後者は閉鎖性履物ともいわれ、足全体を皮やゴム、布で包む式のもの、たとえば革靴やゴム靴である。明治から昭和への履物の変遷はそうしたサンダル型履物からシューズ型履物への変化として一般的にとらえることができよう。しかし、こうした大きな観点でのちに述べる戦後復興期以降、とりわけ1950～60年代における木履産地の産地間競争や構造的転換のダイナミズムを見出すこと、またその原因を探り出すことも困難であろう。ここでは、木履産地の展開を分析する前提として、戦後の履物消費需要の動向について1950～60年代を中心に明らかにしたい。

表1 戦後主要履物種類の推移

種類	1941年	1946年	1947年	1950年	1951年	1952年	1953年	1954年	1955年	(名称変更)	1960年	1966年	(名称変更)	1967年	1970年
ゴム製	地下足袋	○	○	○	○	○	○	○	○		○	○		○	○
	総ゴム靴	○	○	○	○	○	○	○	○		○	○		○	○
	ゴム底布靴	○	○	○	○	○	○	○	○		○	○		○	○
	ゴム草履				○	○	○	○	○	ゴム草履・スリッパ	○	○		○	○
	プラスチック製靴 プラスチック製サンダル プラスチック製スリッパ												合成樹脂履物→	○	○
木製	下駄	○	○	○	○	○	○	○	○	げた	○	○	木製はきもの	○	○
	木製サンダル									サンダルげた	○	○			○
革製	革靴	○	○	○	○	○	○	○	○		○	○		○	○
	スリッパ		○	○		○	○	○	○						
	革製草履					○	○	○	○						
繊維製	布靴				○	○	○	○	○		→	○	○		○
	布製スリッパ				○	○	○	○	○						
	繊維製草履				○	○	○	○	○						
その他	草履	○	○	○											
	スリッパ	○	○	○											
他	合成樹脂履物							○	○		○	○	→プラスチック製品へ移行		
種類合計	7	8	8	10	11	12	12	13	12		9	9		10	10

出所『工場統計表』(1935年版、1936年版)、『工業統計表』(各年版)。

注)「→」は統計表での品目編成を示す。

まず、戦後履物種類の全体像を表1で確認してみよう。表1は、敗戦直後から高度成長期に至るまでの時期における主要履物の推移を工業統計表に依拠して整理したものである。工業統計表に初登場した履物はその年に生産を開始されたものというより、品目分類の細分化や再編などを原因に主要品目として認識・統計されるようになったととらえるべきであろう。そうした統計的な限界を考慮して主要履物種類の大まかな推移を表1でみると、敗戦直後の1946・47年に主要履物種類が8種類であり、そのいずれもほぼ戦時期の1941年から継続してきたものであったが、戦後復興の後半期以降、1950年に10種類、1954年に

⁶市田京子「はきもの—開放性から閉鎖性—」日本生活学会編『衣と風俗の100年』ドメス出版、2003年。

13種類と顕著に増加していった。地下足袋や総ゴム靴、革靴、草履、下駄など戦前期から続く履物にゴム草履や「繊維製」履物、木製サンダル、合成樹脂履物が新たに加わった。そのうち、ゴム草履は1950年に統計表に登場してきたが、それ自体はすでに1900年代から生産開始されていた記録も残っており、大正末期の『工業調査彙報』でも日中戦争開始直前の『全国工場鉱山名簿』でも主要製品として明記されていたように、戦前期において全国各地で比較的広く生産されていた⁷。「繊維製」履物はそれ以前の「その他」に分類された草履やスリッパが1950年に「繊維製」へ移行したことによるものであるが、1960年にさらに「布靴」に集約されていった。一方、1950年と1954年に相次いで登場してきた木製サンダルと合成樹脂履物は、実質戦前期から生産されてきたゴム草履や「繊維製」履物と異なり、後述するように戦後復興期以降の履物業界で一斉を風靡した新規製品として注目すべきである。前者の木製サンダルは1967年以降、下駄とともに「木製はきもの」として集約されていくこととなった。後者の合成樹脂履物は同様に1967年以降、プラスチック製靴・サンダル・スリッパに細分類化されていったが、後述するように合成樹脂製の靴・サンダル・スリッパがすでに1954年には生産されていたのである。このように、木製サンダルや合成樹脂履物の新規登場に代表される主要履物種類の大きな変化が、高度成長期に先立つ戦後復興後半期にダイナミックに進んでいたことが読み取れよう。

表2 戦後復興期世帯当たり被服費における各種履物支出状況の推移

	1世帯当たり1カ月平均支出(円)					支出割合(%)				5人世帯1年間購入数量(足)				
	1948年	1949年	1950年	1951年	倍率 (51/48)	1948年	1949年	1950年	1951年	1948年	1949年	1950年	1951年	
靴類 (A)	革靴	27.92	37.12	47.17	50.09	1.79	2.6	2.6	2.8	2.5	0.306	0.288	0.336	0.336
	総ゴム靴	7.99	8.60	16.02	20.82	2.61	0.7	0.6	1.0	1.0	0.267	0.178	0.402	0.507
	運動靴	20.76	27.36	29.00	31.00	1.49	1.9	1.9	1.8	1.5	1.031	1.184	1.627	1.426
	その他の靴類	54.26	62.43	50.94	35.30	0.65	5.0	4.4	3.1	1.7				
	靴修繕	49.40	57.71	41.97	33.56	0.68	4.6	4.1	2.5	1.7				
	小計	160.33	193.22	185.10	170.77	1.07	14.8	13.6	11.2	8.4				
下駄 (B)	男子こま下駄	21.62	33.98	22.14	17.69	0.82	2.0	2.4	1.3	0.9	2.355	3.085	2.632	1.406
	女子こま下駄	12.21	27.47	26.22	36.32	2.97	1.1	1.9	1.6	1.8	1.059	1.977	2.436	2.584
	子供下駄	13.59	19.34	16.65	20.72	1.52	1.3	1.4	1.0	1.0	2.449	2.855	2.912	2.884
	小計	47.42	80.79	65.01	74.73	1.58	4.4	5.7	3.9	3.7	5.863	7.917	7.980	6.874
履物計(A+B)		207.75	274.01	250.11	245.50	1.18	19.3	19.3	15.1	12.1				
被服費合計		1,078.99	1,422.99	1,656.81	2,031.30	1.88	100.0	100.0	100.0	100.0				

出所)『被服の消費水準と有効需要』経済安定本部民生局、1952年。

注)元資料は総理府統計局の消費者価格調査(C.P.S)が全国28都市に対して行ったものである。

つぎに、戦後家計消費における履物消費の位置づけの変化をみよう。まず、ほぼ戦後復興期前半期にあたる1948～51年における1世帯当たり履物支出状況を表2で確認したい。表2は、総理府統計局が全国28都市に対して行った消費者価格調査から1948～51年の世帯当

⁷日本ゴム工業会編『日本ゴム工業史第1巻』東洋経済新報社、1969年。張楓「備後地域オンリーワン・ナンバーワン企業の成立と展開：早川ゴム・広島化成・福山ゴムに着目して」『福山大学経済学論集』40巻1・2合併号、2016年3月。

たり被服費 1 ヶ月平均支出における各種履物支出状況の推移を整理したものである。それによると、当該時期の履物支出の特徴として、①被服費の平均支出額が調査期間の4年間に1.88倍増加していくなかで、靴類と下駄からなる履物合計支出の被服費比率が7%強減少しており、②またその履物支出のうち、下駄（男子・女子・子供）が被服費比率を減少させる傾向を辿っていったものの、一貫して最大支出項目であり、革靴がそれにつぐ支出水準にあったこと、③5人世帯年間購入数量では、下駄の構成比重が支出構成とほぼ同様に、男子・子供下駄から子供・女子下駄に急速に移行させていったこと、の3点が指摘できよう。

表3 世帯当たり年間の実質消費支出平均金額推移

	全都市						全国							
	1952年		1962年		倍率 (B/A)	1963年		1970年		倍率 (B/A)				
	A	全体比率 (%)	履物比率 (%)	B		全体比率 (%)	履物比率 (%)	A	全体比率 (%)		履物比率 (%)	B	全体比率 (%)	履物比率 (%)
履物 (円)														
男子革靴	569	(0.16)	(8.94)	1,075	(0.19)	(15.63)	1,056	(0.20)	(16.66)	1,048	(0.14)	(16.84)	0.99	
婦人革靴	374	(0.11)	(5.87)	989	(0.18)	(14.38)	876	(0.16)	(13.83)	1,099	(0.15)	(17.65)	1.25	
運動靴	666	(0.19)	(10.45)	356	(0.06)	(5.17)	662	(0.12)	(10.45)	847	(0.12)	(13.61)	1.28	
子供靴	357	(0.10)	(5.61)	1,037	(0.19)	(15.07)	648	(0.12)	(10.22)	588	(0.08)	(9.45)	0.91	
下駄	1,579	(0.45)	(24.80)	800	(0.14)	(11.63)	666	(0.12)	(10.50)	251	(0.03)	(4.03)	0.38	
草履	124	(0.04)	(1.95)	540	(0.10)	(7.85)	454	(0.08)	(7.16)	448	(0.06)	(7.20)	0.99	
サンダル	971	(0.28)	(15.24)	1,225	(0.22)	(17.80)	-	-	-	733	(0.10)	(11.78)	-	
スリッパ	-	-	-	-	-	-	1,367	(0.25)	(21.45)	741	(0.10)	(11.91)	0.54	
小計	6,367	(1.82)	(100.00)	6,879	(1.24)	(100.00)	6,338	(1.18)	(100.00)	6,223	(0.85)	(100.00)	0.98	
消費支出総計 (千円)	351	(100.0)	-	553	(100.0)	-	538	(100.0)	-	735	(100.0)	-	1.36	

出所) 総務庁統計局『家計調査報告』(各年版)。『長期統計総覧(第4巻)』日本統計協会、1987年、233頁。

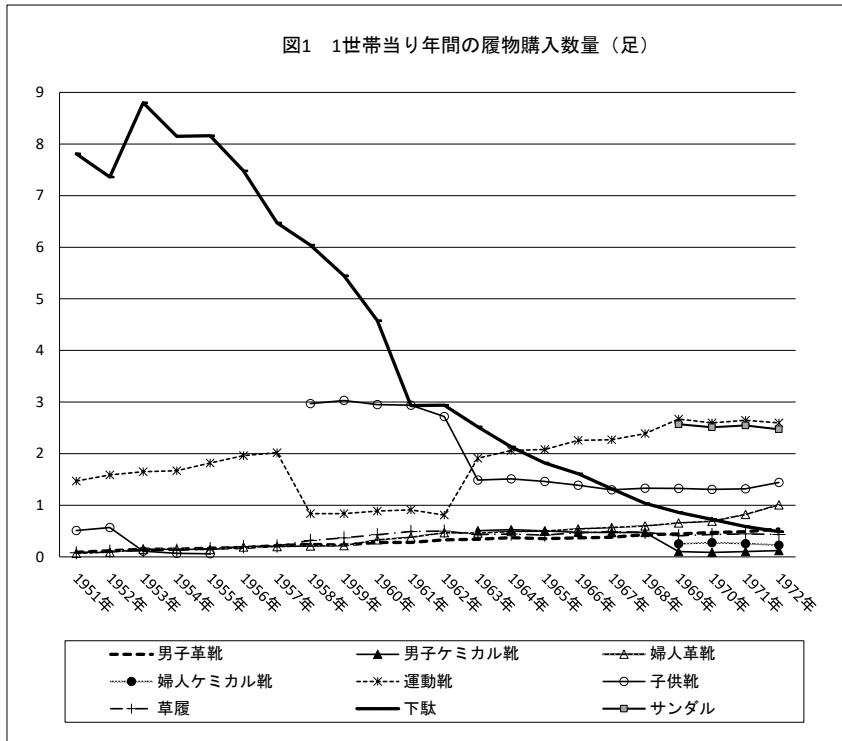
注) 1. 都市とは人口5万人以上の都市である。

2. 小計については、1952・62年にはビニール靴、雨靴、靴修理代、1963・70年には男子ケミカル靴、婦人ケミカル靴、雨靴が含まれている。

3. デフレーターは1965年を100とする民間消費支出である。

戦後復興期後半期から高度成長期にかけての1世帯当たり履物消費支出の推移を示しているのは、表3と図1である。それらの調査対象が1952～1962年に人口5万人以上の都市部、1963～1970年に全国となっていることは注意しておくべきである。この点を留意しながら、表3の履物消費支出金額の推移をみると、その特徴は、①家計消費支出が1952～62年に1.58倍、1963～70年に1.36倍と順調に増加しているなかで、それに占める履物支出比率が前期にはわずか1.08倍、後期には0.98と減少をみせていること、②停滞状況にある履物消費支出のうち、1952年には25%と最大比率だった「下駄」がその後プレゼンスを急速に低下させ、かわりに「男子革靴」や「婦人革靴」、また「サンダル」、「スリッパ」が1960年代初頭に急速に台頭してきたこと、③1960年代初頭以降でも革靴（男子・婦人）が「運動靴」とともに、実質消費支出額ベースでも履物平均消費支出増加倍率ベースでも履物消費における重要な位置づけを確立しており、それに対して「サンダル」や「スリッパ」が1970年に至っても履物比率では10%台を維持しているものの、履物消費における位置付

けは「婦人革靴」・「男子革靴」・「運動靴」につぐ存在に低下していたこと、の3点にある。



出所)総務庁統計局監修「日本長期統計総覧4」日本統計協会、1988年、533～534頁。総務庁統計局「家計調査報告」(各年版)。
注)調査対象地域は1963年以前は全都市、1963年以降は全国である。

また、同時期1世帯当たり年間履物購入数量の推移を示している図1によると、下駄の購入数量が1953年の8.8足をピークに急激な減少に転じていくのと対照的に、運動靴や子供靴、男子・婦人革靴など靴類履物が家計におけるプレゼンスを高めつつあり、そうしたなかでもとりわけ1960年代半ば以降、相次いで下駄の購入数量を上回るようになったこと、また1969年から運動靴と並ぶ高い水準を示すサンダルが突如現れてきたことが読み取れよう。

このように、1960年代初頭以降、購入数量ベースでも消費金額ベースでも下駄と靴類の明確な逆転現象が進んでいたことが確認されるが、しかし、このことが戦後において下駄から靴類への履物消費需要の直線的な変化を意味しているわけではないことには注意しなければならない。表3で消費支出金額の動向をみてきたように、サンダルが1950年代初頭から1960年代初頭にかけて下駄を凌駕し、消費支出最大項目としての位置づけを確立したこと、また購入数量の1970年前後にサンダルの購入数量が高い水準にあったことを考慮すると、1950年代から60年代にかけてのサンダルの急成長と下駄の停滞という構図が浮かび上がろう。後述するように、サンダルと下駄の生産はいずれも中小・零細企業からなる産地集

積により担われてきており、またサンダルの産地が下駄の消費低迷を背景に木製サンダルやケミカルサンダルなど新製品を相次いで考案し、下駄産地からの転換により急成長を成し遂げてきた関係から、既存の下駄産地に対する影響もきわめて大きかったのである。そうした具体的展開について松永産地を事例に詳細に検討していくことの前提として、以下では、各種サンダルの消費動向について様々な資料を活用してみたい。

(2) 消費市場におけるサンダルのセンセーショナルな登場⁸

かつて1960年に通商産業省軽工業局日用品課は『雑貨ガイドブック』では、1950年代の下駄をとりまく消費需要の変化について、「昭和27、8年頃より、いわゆるサンダルが非常に勢いで普及してきた」こと、また「文化・科学の進歩に伴う新資材の登場による新規履物、例えば『ヘップ履』等の考案」に言及していた⁹。ここで挙げられている「サンダル」と「ヘップ履」はのちに詳細に述べる木製サンダルとケミカルサンダルである。以下では、こうした木製サンダルとケミカルサンダルの履物消費市場における登場と反響については、『日本履物新聞』をはじめとする様々な資料を利用したい。ちなみに、『日本履物新聞』は、日本木履生産組合連合会や日本鼻緒生産組合連合会などの全国的な履物業界団体が発起人となって設立した日本履物機関誌刊行組合が1946年9月12日から刊行を開始した週刊タブロイド紙であり¹⁰、管見の限りこれまでの歴史研究ではまったく使用されてこなかった貴重かつ重要な資料である。

まず、木製サンダルはそもそも1930年代初頭、洋装化を背景に東京浅草履物業者の岡田繁次郎が発案した「流行の草履と下駄との混血児」ともいわれる、二本の歯はなく、靴のような流線形の形態をとる木製「シューズ履」が原型となっており、それがさらに改良されて鼻緒だけではなく、ゴムや皮革のバンドも使用する「モード履」が考案されるに至った¹¹。しかし、こうした戦前期の木製サンダルは「外見よりも実際ははき悪くて、遠路や外出用には使用されなかった」とされている¹²。

⁸本稿でしばしば言及される履物屋と靴屋が戦前から1960年代に至っても区別されており、すなわち、前者が下駄や草履、サンダル、スリッパ、鼻緒、つまかけなどを、後者が革靴やゴム靴、地下足袋などを、取扱う店であった（『履物店の経営法』大阪履物新報社、1933年。『商品グループ別販売経路一覧』大阪府立商工経済研究所、1966年）。

⁹通商産業省軽工業局日用品課編『雑貨ガイドブック』通商産業研究社、1960年。

¹⁰1946年創刊号から1962年までの『日本履物新聞』（第1号～748号）は松永はきもの資料館（元日本はきもの博物館）に所蔵されているが、1951年分は紛失している。

¹¹今西卯蔵『はきもの変遷史』日本履物新聞社、1950年、254～263頁。

¹²前掲今西『はきもの変遷史』263頁。

戦前期を源流とする木製サンダルは敗戦直後の1948年10月15日付『日本履物新聞』では、以下のような「サンダル時代！」と題する記事が報じられている¹³。

「サンダル時代の観で今年の売行きは去年よりグンとのした。なぜ？サンダルも今年始て出来たわけでもないのに一。それは時代の要求、すなわち消費者、特に青年層の下駄に対する感覚の変化と業界の着眼とが一致したことだ、それに服装生活の簡易化、価格等も原因の一つにあげられる下駄には下駄として動かせない型などの考え方があるが、サンダルとなると次々と工夫をこらし新製品を市場に送ったことも注意していい。消費地帯としては海浜が一番で鎌倉海岸だけをとりても2カ月に数十万売れたという。次いで都市、地方の順である。デザインはやはり実用的なものを基に外形を流線形なものが要求され、時期物の感がある。高級品は靴と同様のデザインをとるものが多いが、木工技術と木質に相当制約され、木工機との関連にも苦心の点が多い。時期は勿論7、8月頃最高とする。さて来年度の研究問題はデザインと宣伝だ。相当の売行はあるものと思うが、昨年より今年、今年より来年と製造、販売が増加するので販売戦略も各商店によってデザイン価格其の他で火花を散らすものと思われる。デザインの方向は現在实用向を主としたものが90%を占めて居るが、逐次地方も新形を要求しつつあるのでいきほい靴^{ハッパ}にて来る。」

木製サンダルが「動かせない型」としての下駄と対照的に、木工技術やデザインなど様々な工夫を繰り返しつつ、高いデザイン性をもつことから、大都市圏にとどまらず、地方でも夏期を中心に流行となっていたことがわかる。またこうした木製サンダルの流行を受けて、戦前からつづく全国履物最大集散市場としての東京浅草花川戸では業者有志が「サンダルの履物界に占める割合は年と共に大きくなりつつある」ことを踏まえ、「モード流行は東京からとのスローガンをかかげて」6月1日に「東京モード履商工協同組合」を結成するに至った¹⁴。また、こうしたモード履の流行にともない、木製サンダルに附随する塩化ビニール製バンドが従来の「皮やゴムのバンドを追い抜く程の売行を示」すようになったなかで¹⁵、「木製サンダルビニールバンド付実用新案事件」も1951年に発生し、その権利をめぐる「東京業者は、自衛上東京木製サンダル連合会を結成し、全国同業者各位に代り同権利の確

¹³ 「サンダル時代！さて来年は？」『日本履物新聞』1948年10月15日。

¹⁴ 「モードの流行は東京から、全国無二の組合結成」『日本履物新聞』1949年6月3日。

¹⁵ 「新製品続出のビニールモードバンド」『日本履物新聞』1952年5月2日。

認審判を法廷に請求し、最終的に同権利を「連合会会長富永家三郎に一切を譲渡することにより事件が円満解決」となった¹⁶。このことから東京を筆頭とする全国履物業界における木製サンダルの急成長ぶりとその重要性の増大が伺われよう。その後、高度経済成長始動期に当たる1956年においても、日本履物新聞主催の業者座談会における業者の回顧にみられるように、1950年頃「履きにくいといって下駄の代用品」と業者に敬遠されていたモード履きが「履きにくいという点を消費者が完全に克服して一個の立派な履物」として成長を遂げてきている¹⁷。また、同年の履物市場においては、モード履きが「大衆の履物として年々とその地位を伸ばしている」ことを背景に、従来の下駄が「モードに喰われたという見方」が有力視されるようになったのである¹⁸。

いまひとつの履物市場における大きな変化を巻き起こしたものは、戦後復興期の後半期に登場してきたビニールサンダルもしくはケミカルサンダル、のちに「ヘップ履」と称されていたものである。塩化ビニールの加工技術や接着技術の進展にともない、ビニールサンダルが1951年に「東京で誕生し」た「東京特産」とも称されており¹⁹、また「全国を東京のビニールサンダルが風靡し」、「ゴム靴屋も草履屋も下駄屋も雑貨屋も夏はサンダルを扱い」はじめていた²⁰。しかし、1953年頃になると、「ビニールサンダル業界全滅」の事態が発生していた。その原因として、①「専門でない人が、夏場のつなぎ商品として手を付けたこと」、②「商品自体が木製サンダルの進化した新しいデザイン、色彩で一応は受けたが、やはりギョチない商品が多かった」こと、③そうした「商品の中に粗悪品も相当あった」こと、④「値下げ売り競争」がさらに粗悪品を発生させ、「消費者にあきられ、製販業者は儲からない」こと、の4点が指摘されていたのである²¹。

こうした全滅状態からの新たな復活は、1954年に上映された「麗しのサブリーナ」で主演女優オードリー・ヘップバーンが履いていた斬新なデザインの「履物に目をつけた東京の履物業者が生産を開始し」、名付けた「ヘップ履」または「ヘップサンダル」製品により後押

16 「木製サンダルビニールバンド付について声明書」『日本履物新聞』1952年11月30日。

17 「各業種に亘ってこれからの景気診断：本社覆面記者座談会」『日本履物新聞』1956年2月17日。

18 「今月から好況の兆」『日本履物新聞』1956年3月3日。

19 「シーズンの寵児！ビニールサンダルについて」『日本履物新聞』1953年2月23日。

「主張：今年度のサンダル」『日本履物新聞』1954年1月22日。

20 前掲「シーズンの寵児！ビニールサンダルについて」。

21 「ヘップ履愈々胎動始む、今年は優良品揃い」『日本履物新聞』1956年4月20日。

しされていた²²。ヘップ履きに代表されるビニールサンダルの特徴として一般的に指摘されているのは、①木製サンダルと対比して見た目が美しいことと音がしないこと、②子供用革靴と対比して色彩が豊富で値段が安いこと、③婦人用革靴を履きなれない中年女性の普段履き、の3点である²³。こうしたヘップ履きはその登場直後から早くも、「品物は男女子供共に間に合わず」、「又このヘップを扱った業者も盆まで値崩れせずに売れたところに大きなプラスがあった」とどまらず²⁴、「狂的な生産と売れ行きで業界の寵児、進歩目覚ましい新製品として」、「木製サンダルを駆逐するかと思われるほど」の市場拡大の勢いを見せるようになっていた²⁵。また、1956年に「木芯にビニール生地を被覆した」「ビニールモード」もそうした「ヘップ履きの良さと木製サンダルの大衆性の強さと」を兼備した新製品として登場して以来、「東京始め関東一帯」でその「取扱量が断然優位を占め」るようになり、モード履きの市場を奪う存在として強く認識されていたのである。

こうしたヘップ履きを中心とするビニールサンダルが前述したような1950年代初頭におけるビニールサンダル業界全滅の事態に陥らずに快進撃を続けることができた要因として、最大市場でもある東京履物業界では、東京ヘップ卸協議会と東京ヘップサンダル振興会、東京ヘップ工業協同組合が1957年に相次いで組織されたことが注目すべきであろう。卸協議会は「ヘップ履及びビニールモード履の取扱い業者を以て組織され」ており、「東京履物問屋は価格の面では不当の競争を避け、又メーカーに対しては常に品質の向上を激励すべく、問屋業者はお互いに連絡を密にして親睦を重ね、業者自身の経済上の利益を守り、かつ業界の発展に尽くそうとするもの」を趣旨としている²⁶。振興会は製造販売業者の実用新案の権利擁護と品質向上を図ることを目的とするものである²⁷。さらに協同組合は春夏期以降の「沈滞商情を打破するため商品の販路拡張と秋冬もの宣伝に」組織的に取り組んでいくこと、また製造業者の増加にともなう価格と品質の悪循環の発生を防止することを目的とするものである²⁸。かかるビニールサンダル製造販売をめぐる製造業者と販売業者(卸・小売)

²² 『東京都ヘップサンダル製造業実態調査』東京都経済局、1962年、5頁。

²³ 前掲『東京都ヘップサンダル製造業実態調査』3頁。

²⁴ 「ビニール製ヘップ履き、依然衰えず好調」『日本履物新聞』1955年7月15日。

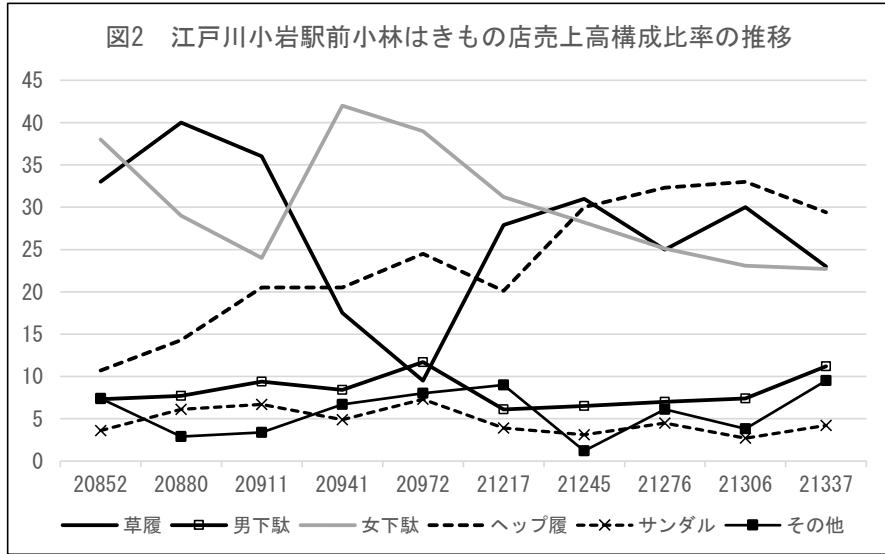
²⁵ 前掲「ヘップ履愈々胎動始む、今年は優良品揃い」。

²⁶ 「ヘップサンダルの卸協議会設立発起」『日本履物新聞』1957年3月15日。「東京ヘップ卸協議会、百余名の大団体で発足」『日本履物新聞』1957年4月5日。

²⁷ 「東京ヘップサンダル振興会、警告とお願い」『日本履物新聞』1957年4月19日。

²⁸ 「東京ヘップ履製造業界協同組合結成に進む」『日本履物新聞』1957年11月22日。「ヘップ履組合の結成に期待する」『日本履物新聞』1957年11月22日。「東京ヘップ工業協組発足」『日本履物新聞』1957年12月2日。

の協調的な取り組みがビニールサンダルの粗製乱造や不当競争を未然に防ぎ、品質向上や市場拡大に果たした役割は大きかったと考えられよう。



出所)「1959年に期待、業界に多くを望む、江戸川区小岩駅前小林はきもの店」『日本履物新聞』1959年1月1日。

最後に、1950年代後半以降の全国各地における販売状況を確認してみよう。まず、東京江戸川区小岩駅前「小林はきもの店」の1957年前半期・58年前半期(2～6月)における履物売上高製品構成比率の推移を示す図2によると、1957年2～4月に女下駄・草履という最重要品目が1957年5月以降、とりわけ1958年4月から一貫してヘップ履を筆頭に女下駄・草履が続くという構成に大きく変動していったことがわかる。そうした動向のなかで注目すべきは、①「全般に下駄は頭打ちでこれから次第に減少」し、「全く御時勢の感」がぬぐいえないとも「小林はきもの店」店主が述べたように²⁹、下駄とりわけ女下駄が売上高比重を低下させていったこと、②ヘップ履きの売上高比重が上昇傾向にあるのみならず、1958年各月のそれが対前年同月比でいずれも大幅に上昇し、またそのなかでとりわけ前述した「沈滞商情」とも危惧される冬期にあたる2～3月における上昇幅が大きかったこと、である。

こうしたヘップ履が女物を中心とする下駄に取って代わっていく強い傾向が東京に限定された動きではなく、「東北から九州に到るまで各地の小売店が一様にヘップ履きの売れ行きが良くどこの土地でもよく売れる」とされている³⁰。たとえば、名古屋履物業界では1958

²⁹ 「1959年に期待(江戸川区小岩駅前小林はきもの店)」『日本履物新聞』1959年1月1日。

³⁰ 「ヘップ履主力商品化」『日本履物新聞』1957年7月12日。

年夏、「婦人の間にヘップ、サンダルといったものが人気を呼んでいることが大きな原因で、このため女物下駄は約3、4割も減り、子供用などは全然売れなくなってしまった」ことが報告されている³¹。また、東北業界の動向について、東京にある地方専門の履物問屋は「下駄の売れ行きは悪化している」のと対照的に「ヘップ履やビニールモードもよく売れているが、なんといってもビニールモードの売れ行きが素晴らしい」と1956年を振り返っていたが³²、しかし、1957年に入ってみると、「サンダルがヘップ履に押されて去年と比較すると3割前後落ち」ていたように、ヘップ履の市場拡大が順調に進んでいることがわかる³³。北海道方面でも東北と同様に、「下駄、花緒の売れ行きをみるとさっぱりダメ」で、また「サンダルよりヘップ履の売れ行きがよく」、「ヘップ履き時代が今年実際やってきた」とヘップ履きの躍進ぶりが報じられている³⁴。

以上のように、敗戦直後から下駄を中心に推移していた履物消費需要が早くも戦後復興期後半期に、相次いでセンセーショナルに登場してきた木製サンダル「モード履き」や新素材によるケミカルサンダル「ヘップ履き」などへと移行しはじめており、また当初ほぼ東京に限定されていたそうした変化が高度経済成長期以降、急速に全国各地に拡大していったのである。

二、戦後履物産業の構造的変化と松永産地の全国的位置づけ

(1) 生産動向

まず、サンダル型履物産業の生産動向について表4に依拠してみよう。表4は、主要サンダル型履物産業実質出荷額の戦後復興期から高度成長にかけての20年間の推移を示している。木製はきもの産業としての下駄産業と木製サンダル産業は1953年と1956年にそれぞれ相次いでピークを迎えてから減少に転じたように、戦後復興期の後半期と高度成長始動期という戦後の比較的早い時期から縮小に向かっていて、斜陽産業としての特徴を持っているのに対して、合成樹脂製はきものとしてのサンダル産業（プラスチックサンダル）は1950年代半ば頃登場して以来、ピークの1970年には1954年の40倍強に相当する高い水

³¹ 「ヘップ履に喰はれ、名古屋下駄不振」『日本履物新聞』1958年9月12日。

³² 「東北業界」『日本履物新聞』1957年4月12日。

³³ 「北海道・東北、サンダルの売れ行き伸びず、ヘップ類に押される」『日本履物新聞』1957年6月28日。

³⁴ 「北海道・東北、サンダルの売れ行き伸びず、ヘップ類に押される」『日本履物新聞』1957年6月28日。

準に達しているように、新興成長産業としての特徴をもっているといえよう。

表4 戦後各種サンダル型履物実質出荷額の推移
(単位:百万円)

	下駄	木製 サンダ ル	木製は きもの	合成樹 脂履物	プラスチッ ク製サン ダル
1950年	20,709	275	-	-	-
1951年	23,177	499	-	-	-
1952年	25,071	527	-	-	-
1953年	32,877	795	-	-	-
1954年	32,117	1,871	-	2,067	-
1955年	29,386	5,312	-	980	-
1956年	31,369	7,176	-	1,267	-
1957年	30,923	6,194	-	-	-
1958年	26,585	5,911	-	-	-
1959年	25,597	3,928	-	-	-
1960年	22,550	3,978	-	26,045	-
1961年	22,752	3,269	-	32,881	-
1962年	20,285	3,718	-	43,281	-
1963年	23,078	3,807	-	50,916	-
1964年	20,616	2,342	-	48,073	-
1965年	17,442	4,623	-	62,608	-
1966年	18,610	3,511	-	53,633	-
1967年		⇒ 20,546		⇒	50,822
1968年			19,653		63,746
1969年			19,410		80,897
1970年			16,973		86,398

出所『工業統計表』(各年版)。

注)⇒は名称変更であり、それについては、表1を参照。

表5 主要サンダル型履物産業界主要生産地域の推移

(1)下駄

1950年		1953年		1954年		1956年		1960年		1965年							
(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)						
静岡	720	27.3	静岡	1,228	22.2	広島	1,450	25.3	広島	1,651	29.6	広島	1,332	30.8	広島	889	19.9
広島	410	15.5	広島	1,218	22.0	静岡	1,130	19.7	静岡	631	11.3	栃木	435	10.1	福島	329	7.4
栃木	144	5.5	栃木	374	6.7	栃木	371	6.5	栃木	414	7.4	静岡	309	7.1	茨城	325	7.3
愛知	118	4.5	愛知	231	4.2	愛知	302	5.3	愛知	345	6.2	茨城	185	4.3	栃木	285	6.4
徳島	114	4.3	茨城	178	3.2	徳島	190	3.3	徳島	208	3.7	徳島	183	4.2	静岡	246	5.5
小計	1,506	57.1	小計	3,228	58.3	小計	3,444	60.1	小計	3,250	58.4	小計	2,445	56.6	小計	2,073	46.5
合計	2,638	100.0	合計	5,540	100.0	合計	5,734	100.0	合計	5,569	100.0	合計	4,320	100.0	合計	4,461	100.0

(2)木製サンダル(1950～65年)と木製はきもの(1970年)

1950年		1954年		1956年		1960年		1965年		1970年							
(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)						
千葉	9	24.5	静岡	114	34.2	静岡	638	50.1	静岡	268	35.2	広島	241	20.4	広島	949	16.7
山形	6	15.7	栃木	94	28.2	栃木	137	10.8	大分	150	19.7	静岡	224	19.0	大分	497	8.8
東京	4	10.9	埼玉	28	8.5	大分	120	9.5	栃木	90	11.8	大阪	154	13.0	静岡	418	7.4
岐阜	4	9.9	大分	21	6.2	広島	76	5.9	東京	69	9.1	大分	153	12.9	茨城	405	7.1
静岡	3	8.1	山形	15	4.6	愛媛	40	3.1	愛媛	49	6.4	埼玉	98	8.3	福島	383	6.8
小計	24	69.1	小計	273	81.6	小計	1,011	79.4	小計	626	82.1	小計	871	73.7	小計	2,652	46.8
合計	35	100.0	合計	334	100.0	合計	1,274	100.0	合計	762	100.0	合計	1,183	100.0	合計	5,669	100.0

(3)合成樹脂はきもの(1954～65年)とプラスチック製サンダル(1967～70年)

1954年		1956年		1960年		1965年		1967年		1970年							
(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)						
兵庫	123	33.4	東京	92	41.0	静岡	1,998	40.0	静岡	6,059	37.8	静岡	6,459	45.6	静岡	9,452	32.8
東京	121	32.7	静岡	58	25.7	東京	1,320	26.4	東京	2,542	15.9	東京	1,481	10.5	大阪	5,919	20.5
大阪	76	20.7	大阪	38	17.1	大阪	775	15.5	栃木	2,110	13.2	大阪	1,354	9.6	奈良	3,986	13.8
埼玉	27	7.3	奈良	26	11.7	徳島	352	7.0	徳島	1,831	11.4	奈良	990	7.0	東京	1,884	6.5
静岡	13	3.6	岐阜	6	2.6	愛知	137	2.7	大阪	809	5.1	兵庫	872	6.2	徳島	1,787	6.2
小計	361	97.8	小計	221	98.0	小計	4,581	91.8	小計	13,351	83.4	小計	11,156	78.7	小計	23,027	79.8
合計	369	100.0	合計	225	100.0	合計	4,990	100.0	合計	16,013	100.0	合計	14,171	100.0	合計	28,857	100.0

出所『工業統計表』各年版。

注)1. (2)の「木製はきもの(1970年)」には下駄と木製サンダルが含まれている。

2. (3)の「合成樹脂はきもの」には靴・サンダル・スリッパが含まれている。

つぎに、こうしたサンダル型履物産業における主要生産地域の構造的特徴を表5でみよう。各産業の主要生産地域が入れ替わっており、またその全国出荷額シェアが比較的高い水準にあった。まず、下駄産業について表5(1)によると、1950年代初頭における主要生産地域が静岡を筆頭に広島が続き、両地域のシェアで計45%弱に達していたが、1954年にそれまで2番目だった広島が最大生産地域としてトップに躍り出て以来、1970年(木製はきものへ名称変更)に至ってもその地位が揺らぐことはなかった。つぎに、木製サンダル産業を表5(2)でみると、1950年にはわずかだった静岡の出荷額が1956年にはわずか数年間で全国出荷額シェアの5割を占めるほど急成長をとげており、なお同年の静岡の下駄出荷額(6.3億円)を上回るようになっている(表5〔1〕)。こうして静岡の木製サンダル産業が全国木製サンダル産業と静岡県内主要木製履物産業の地位を急速に獲得していったが、その出荷額自体は50年代後半から減少に転じており、また1960年代半ばに入ると、広島が静岡にかわってトップに立つに至った。最後に、合成樹脂はきもの産業の動向について表5(3)に依拠してみると、1950年代とりわけ後半では東京の最大生産地域としての地位が不動であったが、1960年代に入り、静岡が東京を凌駕して以来、一貫してトップに位置し続けてきたのみならず、その出荷額水準が同時期の下駄と木製サンダル、また木製はきものを大きく上回るものであった。ちなみに、1970年における静岡県の合成樹脂サンダル出荷額が95億円であり、同時期の木製はきものそのものの23倍にもなっていたのである。

このように、1950年代から1960年代半ばにかけて、下駄と木製サンダル産業では静岡と広島、合成樹脂産業では東京と静岡といった産地間競争が繰り広げられており、そうしたなかで下駄の最大生産地域だった静岡では、1950年代初頭に下駄から木製サンダルへ、1950年代半ば頃以降、さらに合成樹脂はきものへと急速に生産転換していったことが伺われよう。

(2) 松永産地の全国的位置

前掲の表5でみてきたように、広島県が下駄と木製サンダルの生産では圧倒的な生産規模を誇る静岡を追いかけるように、1954年と1965年にそれぞれ静岡を凌駕し全国シェアのトップに躍り出るようになったが、ここで注目すべきは、下駄の生産出荷額が1956年をピークに減少に転じていくなかで、木製サンダルのそれが1965年にピークを迎えても、その絶対額が同時期における下駄出荷額の減少分を補えるほど大きくなかったことである。前述した静岡における合成樹脂はきもの産業の生産状況を踏まえると、広島が生産転換では、ライバルと産地間競争の関係にある静岡からの影響を強く受けながらも、履物業界にと

どまらず、それ以外の業界にも地域独自の転換を模索する側面も存在していたと推測されよう。次節以降、そうした産地間競争と転換の実態を具体的に検討していくが、ここでその前提として戦前から続く松永産地の木製はきものの生産状況を確認しておきたい。

別稿で述べてきたように³⁵、松永産地は戦前期から一貫して雑木下駄産地として静岡・徳島と並んで下駄産業の成長を牽引してきた主要産地の1つであった。また、日中戦争開始後、一連の皮革・ゴム統制法令にともなう下駄需要の激増を背景に拡張の契機をえた松永産地は、太平洋戦争の勃発にともない木材統制や企業整備、生産・配給の統制が強化されるなかで、松永町に拠点がある、広島県一円を組合員とする広島県木履統制組合を中心に、戦時統制強化下での業者存続及び敗戦直後の混乱期における産業の早期復興をめぐる諸問題に対して、全国主要産地として「組織的転業」や「三県協議」などを自発的に展開し、主導的な役割を果たしてきた。1949年2月に松永産地が栃木市と並んで木履業種の重要木工集団地として商工省により指定された背景には³⁶、そうした戦後復興期に松永産地が担ってきた役割の大きさがあったといえよう。

広島県下駄産業における松永産地の位置づけについては、1949年1月20日に行われた産地組合の業態調査に依拠してみると³⁷、組合加盟企業数157社のうち、沼隈郡（松永町・今津町・神村・柳津村・その他）に64社を有する松永町を中心に全体（157社）の6割強の98社が集中しており、その推定生産足数シェアが全体（2,894万足）の7割弱にも達している。周辺の芦品郡や福山市、尾道市、御調郡を含むと、企業数・生産足数の全体シェアがともに9割（142社、2,215万足）となる。また産地組合による別の調査資料に依拠しても、1951年度松永産地の下駄生産足数と生産額が広島県全体（3,500万足、12.2億円）の76%と81%に相当する2,650万足、9.8億円であったとされている³⁸。県内における松永産地の圧倒的な存在が伺われよう。一方、松永産地の全国下駄産業における位置づけについては、図3が示しているように、松永産地の下駄の生産足数と実質生産額がそれぞれ1955年、1959年にピークを迎えているが、そのピーク時の生産足数が5千万足強と全国の48%を占

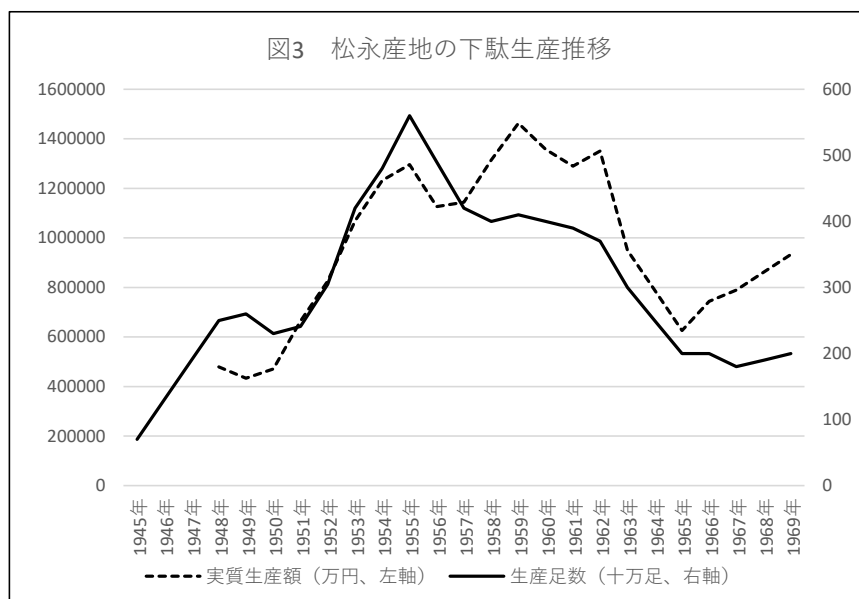
³⁵ 拙稿「戦間期日本における内需型在来産業の展開：木履産業を事例に」『史学研究』241号、2003年7月。同「太平洋戦争期における経済統制と木履工業の展開：産地の自発的生産活動を中心に」『社会経済史学』72巻1号、2006年。

³⁶ 栃木市も同時に指定されている（藤井左内・藤田彰介『日本の木製品工業』富士出版、1949年、349頁）。

³⁷ 『業態調査表（1949年1月現在）』広島県木履工業協同組合。

³⁸ 「陳情書」（1952年4月28日付、広島県木履協同組合理事村上民夫）。

めていると推定されている³⁹。このように、戦後復興期においては、松永地区を中心とする松永産地の広島県内および全国下駄産業におけるプレゼンスの大きさが戦前期から不動であったことがわかる。



出所)「年度別生産高並びに生産額一覧表(はきもの組合・調べ)」「松永の下駄(綴)」日本はきもの博物館所蔵。
 注)1. 1951年と1952年の生産足数は修正を行った(「松永地方木履業の現況と資金需要に関する一考察」1953年1月石井治夫、(株)マルヤマ所蔵)。
 2. 消費者物価指数は2010年基準である(総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室『消費者物価指数年報』)。

松永産地の生産足数と実質生産額は前述したとおり、1955年と1959年に相次いで最高水準を記録したが、その後、一転して減少し、とりわけ1960年代半ば頃においてはそれぞれ最盛期の3割と5割程度の水準にまで急減するに至った(図3)。そういう意味では、1950年代後半以降、下駄産業は典型的な斜陽産業へと急速に転落したといえよう。しかし、そのことは松永地域または松永市(1953年に沼隈郡松永町や今津町の合併によって成立)の木工業の全体的な衰退を意味するものではなかった。つまり、松永産地の下駄生産額(名目)は1960年から1964年にかけて26億円から19億円へと大きく減少したが、松永市の「木材及び木製品製造業」と「家具及び装備品製造業」の名目出荷額はこの間にそれぞれ8.3億円、7.1億円の大幅な増加をみせている⁴⁰。その背景には、後述するように、松永産地が1950

³⁹ 「松永木履グループ共同販売実施計画(案)」広島県木履協同組合(時期不明だが、内容から判断すると、1959年と思われる)。『木履関係』。
⁴⁰ 『松永の下駄(綴)』日本はきもの博物館所蔵。『広島県統計年鑑』各年版。ちなみに、松永市は1953年に成立したが、1966年に福山市との合併で消滅する至った。

年代後半以降、下駄産業から木工産業への転換を進めていたことがあったのである。

以上のように、戦前期からつづく全国主要産地としての松永産地の戦後復興期以降における生産展開については、戦後復興期から1950年代前半期までの生産拡大期と、1950年代後半期以降の業種転換期という二つの時期に分けられよう。以下では、二つの時期における松永産地の具体的展開について考察していきたい。

三、松永産地の生産拡大：1950年代前半期を中心に

松永産地の敗戦直後からの早期復興と生産拡大については前掲の図3にも示されているように、敗戦直後に700万足に激減していた生産足数が1948年に2,500万足に急回復し、その後、1953年から1955年にかけて3年連続で産地有史以来最高水準を更新して5,600万足という大台に到達していた。前述したとおり、ほぼ同時期に松永産地が生産足数ベースでは推定48%という高い全国市場占有率を示していたのみならず、松永産地を中核とする広島県下駄出荷額の全国シェアが静岡を凌駕し、トップに躍り出たように(表5)、松永産地の戦後復興期における生産拡大が驚異的なスピードで進展していたことがわかる。以下では、その早期復興と生産拡大にとって重要と思われる、①産地規模の拡大、②産地構造の変化、③産地間競争の影響、の3点を中心に考察したい。

(1) 産地規模の拡大

ここで産地規模の拡大の実態について戦後復興期に行われていた様々な調査資料を用いて明らかにしていきたい。まず、表6は、広島県商工部が1955年1月から12月末にかけて松永下駄産地419社にものぼる企業に対する大規模な訪問調査を行った調査資料から整理した業態・業種別企業の状況を示している。調査対象企業419社は、①生産設備を有する製造業(製造販売業、三分・生地販売業、賃挽・賃仕上業)と②販売業(問屋業、製造問屋業、加工販売業)、③加工業という3業態7業種からなる⁴¹。こうした7業種の企業数で

⁴¹ちなみに、製造販売業は「主として丸太より生地までを自家生産し、加工は加工業に委託し(加工も自家生産している業者もいる)、販売している業者」、三分生地販売業は「丸太より三分又は生地までを自家生産し、そのまま販売している業者」、賃挽・賃仕上業は「丸太から三分又は生地までを受託生産している業者」、問屋業は「生地を購入し加工を加工業者に委託して販売している業者」、製造問屋業は「丸太、まくら、三分、七分、生地などを購入し、委託生産又は委託加工などにより販売している業者」、加工販売業は「生地を購入し、委託加工又は自家加工をして販売している業者」、加工業は「製造販売業、問屋業、製造問屋業、加工販売業などより加工を委託され加工に従事している業者」、である。『松永木履の産地と市場』広島県商工部、1956年12月、7頁。

戦後松永下駄産地の生産拡大と業種転換：1950～60年代を中心に

は、加工業は全体の4割に相当する170社であった。製造業業態に属する3業種、つまり賃挽・賃仕上業（61社）と製造販売業（54社）、三分・生地販売業（37社）は加工業につ

表6 1955年時点松永下駄業者の業態・業種別状況

創業年代	業態	①製造業			②販売業			③加工業	合計
		製造販売業	三分生地販売業	賃挽・賃仕上業	問屋業	製造問屋業	加工販売業		
明治		3		1				4	
大正		1	1	5			4	11	
昭和戦前		24	7	7	1	3	1	58	
戦後		43	34	49	35	12	22	346	
合計		71	42	62	36	15	23	419	
規模別企業数									
従業員	20人以上	9	1				1	11	
	10～19人	33	7	2		1	1	53	
	4～9人	21	23	20	7	7	10	162	
	3人以下	8	11	40	29	7	12	193	
規模別従業員数									
従業員	20人以上	506	26				21	553	
	10～19人	466	85	24		17	13	709	
	4～9人	155	147	107	34	36	58	949	
	3人以下	14	24	64	33	12	23	333	
合計		1,141	282	195	67	65	94	2,544	
規模別平均従業員数									
1社当たり	20人以上	56.2	26.0				21.0	50.3	
	10～19人	14.1	12.1	12.0		17.0	13.0	13.4	
	4～9人	7.4	6.4	5.4	4.9	5.1	5.8	5.9	
	3人以下	1.8	2.2	1.6	1.1	1.7	1.9	1.7	
合計		47.5	40.3	27.9	67.2	21.7	94.2	43.9	
組合加入	広島県木履(協)	52	19	10		14	1	100	
	備後木履商工業(協)	7		2	26		13	53	
	履物加工連盟	1					1	45	
	未加入者	11	23	50	10	1	8	219	

出所)『松永木履の産地と市場』広島県商工部、1956年12月。

年間に極端に集中している。業種別戦後創業比率を順に示すと、問屋業（97%）、加工販売業（96%）、加工業（89%）、三分・生地販売業（81%）、製造問屋業（80%）、賃挽・賃仕上業（79%）、製造販売業（61%）であった。また、同表で従業員数規模別の企業数と従業員数の分布をみると、9人以下の企業数が375社で全体の85%を占めており、産地全体が企業の零細性に特徴づけられるなかで、戦前期創業が最も多い製造販売業が10人以上規模に集中し、その従業員数規模の比較的大きさが際立つ。このように、戦後復興期において戦前期創業最多の製造販売業を除くほかの6業種がすさまじい勢いで零細企業として新規参入してきた様子が伺われよう。松永産地が戦前期から敗戦直後までに産地問屋の組織力が弱く、一貫して中小製造業者を中心とする一貫工場制生産形態であったという別稿の分析結果を踏まえると⁴²、販売業や加工業をはじめとする諸業種の新規参入の著増が戦後復興期

ぐ水準であるが、製造業態合計企業数では175社で加工業の170社を上回り、3業態のなかで最多である。販売業態の業者数は3業態のなかで最小規模であるが、それでも74社を有しており、業種順では問屋業（36社）、加工販売業（23社）、製造問屋業（15社）となっている。かかる企業の創業時期をみると、全体の8割強に相当する346社の創業は戦後復興期の10

⁴²前掲拙稿「太平洋戦争期における経済統制と木履工業の展開」。

の産地構造に決定的な影響を与えていたと考えられよう。そうした産地構造の変化に関する詳細な検討の前提として、ひきつづき各業態の拡大の実態について別の資料を用いて検討したい。

① 製造業者（工場）

表7 1954年8月末現在松永木履工場の従業員規模別創業と工場主の前職業

	企業数 (%)	創業年(従業員規模別分布)								工場主の前職業										
		0	1~4	5~9	10~19	20~29	30~49	50~99	100~110	木履 工員	仕上 職人	加工 屋	木履 商	農 業	商 業	製造 業	一般 工員	その 他	不 明	計
1878~1906	3 2.6			1			1		1				1						1	3
1907~1910	3 2.6			1			1		2											3
1916~1925	4 3.4				1	1	1	1						1	1				1	4
1931~1933	2 1.7		1		1				1											2
1937~45	42 35.9	1	10	17	9	3	1	1	5	9	3			2	7	5	3	8		42
1946~48	25 21.4	2	5	8	9	1			2	1	2	1	2	7	5	2	3			25
1949~51	13 11.1	2	1	7	3				2			3	1	1	1	1	1	3		13
1952~54	20 17.1	2	7	7	4				5	2	2	1	3	1	3		2	1		20
不明	5 4.3				3	2														5
合計	117 100.0	7	24	44	29	5	4	2	2	18	13	7	6	9	17	16	6	15	10	117

出所)中峯照悦「松永木履工業実態調査報告Ⅰ」『統計の泉』57号、広島県統計協会、1955年4月。

注)従業員規模別では「0」とは家族従業員のみの状態を指すものである。

まず、生産設備を有する松永産地製造業者の実態について表7と表8でみよう。表7は1954年8月末に松永産地工場117社を対象に行われた調査資料から作成した工場の従業員規模別創業と創業前職業の状況である。調査対象となった117工場のうち判明する113工場の戦後における創業状況と創業前職業についてみると、戦後創業の特徴として、①創業数が全工場数の5割に相当する58社にも上っていること、②戦後復興期の9年間における年間創業数が6.3社と創業数の突出していた戦時期のそれ(4.7社)よりも高かったこと、③そうした新規創業の企業規模がほとんど従業員数20人未満に極端に集中していること、④創業以前の職業では敗戦直後こそ商業や製造業が多かったものの、その後、戦時期とほぼ同様に木履関連業者(木履工員・仕上職人・加工屋・木履商)が中心となったこと、の4点が指摘できよう。

表8 1947年と1954年の松永産地工場規模の比較

	①1947年1月末												②1954年8月末												増加率(②/①)											
	機械台数				従業員数				1工場当たり機械台数				機械台数				従業員数				1工場当たり機械台数				工場数	機械台数	従業員数	1工場当たり機械台数								
工場数	製材	挽放	仕上	合計	家族	雇用	合計	製材	挽放	仕上	合計	工場数	製材	挽放	仕上	合計	家族	雇用	合計	製材	挽放	仕上	合計													
0	5	1	22	12	35	16	16	0.2	4.4	2.4	7.0	7	1	11	23	35	18	18	0.1	1.6	3.3	5.0	1.4	1.0	0.5	1.9	1.0	1.1	-	1.1	0.7	0.4	1.4	0.7		
1~4	15	8	80	26	114	26	40	0.5	5.3	1.7	7.6	24	27	76	61	163	36	72	108	1.1	3.2	2.5	6.8	1.6	3.4	1.0	2.3	1.4	1.4	1.8	1.6	2.1	0.6	1.5	0.9	
5~9	15	14	87	56	157	15	90	0.9	5.8	3.7	10.5	44	90	196	123	409	79	308	387	2.0	4.5	2.8	9.3	2.9	6.4	2.3	2.2	2.6	5.3	3.4	3.7	2.2	0.8	0.7	0.9	
10~19	9	14	51	38	103	2	135	1.6	5.7	4.2	11.4	29	58	137	164	359	61	377	438	2.0	4.7	5.7	12.4	3.2	4.1	2.7	4.3	3.5	30.5	2.8	3.2	1.3	0.8	1.3	1.1	
20~29	4	8	28	30	66	91	91	2.0	7.0	7.5	16.5	5	21	31	33	85	8	110	118	4.2	6.2	6.6	16.9	1.3	2.6	1.1	1.1	1.3	-	1.2	1.3	2.1	0.9	0.9	1.0	
30~49	2	4	17	24	45	2	75	2.0	8.5	12.0	22.5	4	17	28	44	88	11	152	163	4.3	7.0	11.0	22.1	2.0	4.3	1.6	1.8	2.0	5.4	2.0	2.1	2.1	0.8	0.9	1.0	
50~99	2	9	24	30	63	2	109	4.5	12.0	15.0	31.5	2	10	21	22	53	6	132	138	5.0	10.5	11.0	26.5	1.0	1.1	0.9	0.7	0.8	3.0	1.2	1.2	1.1	0.9	0.7	0.8	
100~110												2	12	27	31	70	4	218	222	6.0	13.5	15.5	35.0	
合計	52	58	309	216	583	63	540	603	1.1	5.9	4.2	11.2	117	236	526	500	1,262	222	1,369	1,591	2.0	4.5	4.3	10.8	2.3	4.1	1.7	2.3	2.2	3.5	2.5	2.6	1.8	0.8	1.0	1.0

出所)組合員実態調査表-広島県木履工業協同組合)1947年1月末、中峯照悦「松永木履工業実態調査報告Ⅰ」『統計の泉』57号、広島県統計協会、1955年4月。

注)従業員規模別での「0」とは家族従業員のみの状態を指すものである。

同時期の松永産地工場の状況を敗戦直後の1947年1月末のそれと対比しているのは、表8である。工場数はこの間に52社から117社へと2.3倍も増えており、そのなかでとくに20人未満工場の増加率が高かった。このことは、前述した20人未満工場を中心とする戦後新規創業の集中傾向（表7）とほぼ一致するものである。また、1954年時点に100人以上規模大工場2社が台頭してきており、そのいずれも明治期創業であったことを踏まえると（表7）、戦争末期からつづく規模縮小から急速に回復してきたことが読み取れよう。規模別の従業員数と機械台数でも、100人以上規模工場のほかに5人以上20人未満小零細規模工業の増加も顕著であった。さらに注目すべきは1工場当たり機械台数の増加率が全体ではほぼ変化していないものの、製造工程別では製材工程が挽放・仕上工程より顕著な増加をみせていたことである。雇用従業員を有する工場では規模に関係なく、製材工程部門の拡大と充実化が図られていたことがわかる。それとは対照的に、挽放工程が各規模工場では、仕上工程がとりわけ20人以上規模工場では、それぞれ若干の縮小傾向を呈している。資料的な制約から個別の機械に関する詳細な検討はできないが、その背景には、両工程における木工機械の技術革新があったと考えられよう。すなわち、挽放工程における自動両アゴ両面天削機、仕上工程における自動丸目機がそれぞれ1950年と1953年に相次いで地元の村上木履工場木工機械部（現、日本ホイスト）で発明・生産され、急速に普及していた⁴³。前者は「従来のあごの入れ工程と天そり工程を一度に送り加工するもので、下駄の形状に応じて幅調整可能」であり、また「動力には原動機を使用してVベルトにより刃物をとりつけたドラムを高速回転し、素材をキャタピラーで自動的に送り切削、加工する装置」を備えていた。それにより、「アゴ及び天削が同時にでき」、従来のあご入れと天そり機が不要となっただけでなく、生産能力が1時間1,000足から1,500足へ増強でき、さらにアゴ入れ作業によるケガの危険性もなくなった⁴⁴。後者は、「側面に取り付けたソリに沿って素材をクランクシャフトとプランジャーで送り、上下に装着した四枚刃付ドラムで荒削りしたのち押出成形する機械であり、それまで使用されていた円盤型カンナ機と比べて実に十倍を上回る作業能力があり、しかも安全性の高い機械」であった⁴⁵。このように、1950年代初頭から各種の自動化機械が相次いで新規発明・導入されたことは旧式機械の代替化とともに、生産

⁴³ 『日本ホイスト株式会社社史：30年の歩み』日本ホイスト株式会社、1980年、14～16頁。以下も同様。

⁴⁴ 「広島の上村機械、労働大臣賞授与」『日本履物新聞』1955年7月22日。「木履会社社長村上松夫・栄氏、数々の安全機械発明」1960年5月29日。

⁴⁵ 前掲『日本ホイスト株式会社社史』15頁。

工程の再編をともなう生産性の向上を後押ししていたと考えられよう。

表9 戦後復興期商工省下駄用材割当量の推移

	(単位:石)				合計
	1947年1 月～3月	1947年 4～6月	1947年10 月～12月	1948年1 月～3月	
北海道	1,000	1,600	1,820	4,425	8,845
青森	1,500	2,500	2,160	3,390	9,550
岩手	1,000	1,600	1,260	3,048	6,908
宮城	1,000	1,600	1,570	2,680	6,850
秋田	3,600	4,200	4,030	10,190	22,020
山形	4,500	7,500	6,980	9,550	28,530
福島	1,400	2,000	1,960	3,880	9,240
茨城	900	1,500	1,250	2,029	5,679
栃木	7,000	12,500	10,600	13,750	43,850
群馬	500	800	900	2,300	4,500
埼玉	500	800	810	1,200	3,310
千葉	1,400	2,000	2,200	3,170	8,770
東京	2,400	4,000	3,450	4,700	14,550
神奈川	500	800	1,270	2,150	4,720
新潟	500	800	1,030	2,510	4,840
山梨	900	1,500	1,470	4,250	8,120
長野	1,400	2,000	2,200	4,350	9,950
富山	500	1,800	810	1,240	4,350
石川	500	800	900	1,971	4,171
岐阜	2,400	4,000	3,830	6,551	16,781
静岡	4,500	7,500	8,270	12,300	32,570
愛知	3,200	5,000	4,830	7,060	20,090
三重	1,400	2,000	1,870	3,100	8,370
福井	900	1,500	1,260	2,860	6,520
滋賀	900	1,500	1,600	2,496	6,496
京都	900	1,500	1,620	1,895	5,915
大阪	1,400	2,000	1,270	2,540	7,210
兵庫	900	1,500	1,720	3,351	7,471
奈良	2,400	2,000	2,200	4,170	10,770
和歌山	1,400	2,000	1,500	2,380	7,280
鳥取	900	1,500	1,370	2,310	6,080
島根	500	2,400	1,620	2,400	6,920
岡山	1,400	2,000	2,500	3,930	9,830
広島	8,000	12,000	12,800	18,300	51,100
山口	500	800	810	1,315	3,425
徳島	5,000	8,000	8,360	10,320	31,680
香川	500	800	870	1,964	4,134
愛媛	900	1,500	1,470	3,070	6,940
高知	900	1,500	1,870	8,720	12,990
福岡	900		1,720	2,700	5,320
佐賀	500	800	810	1,690	3,800
長崎	500	800	850	1,830	3,980
熊本	900	1,500	1,720	6,780	10,900
大分	6,500	10,000	8,750	13,300	38,550
宮崎	900	1,500	1,470	3,790	7,660
鹿児島	900	1,500	1,370	2,300	6,070
合計	81,000	127,400	125,000	215,085	548,485

出所)『日本履物新聞』1947年3月14日、1947年4月25日、1948年1月16日、1948年4月2日。

戦後の松永産地では、産地間屋の増加がみられるものの(表6)、松永産地の下駄製造販売における製造業者の役割の大きさは変わることなかった。表6でもみてきたように、業態としての製造業が製造販売業、三分・生地販売業、賃挽・賃仕上業の3業種に区分されているが、そのうちの賃挽・賃仕上業は、「従来特定工場に専属して仕上を請負った」いわゆる「請負賃金制による」「工場の操業に拘束されること」のない「場外仕上職工」が特に敗戦直後から「何れの工場のもので引き受けるので雇用関係のない独立したもの」に由来する⁴⁶。

一方、製造販売業と三分・生地販売業については、丸太など下駄用材の仕入れの機能を担っているところに大きな共通点がみられる。産地組合は戦前から一貫してこうした製造業者を中心に活動してきたのである。木材統制は1941年5月の木材統制法施行令からスタートし、1950年1月1日付をもって撤廃されるに至った⁴⁷。敗戦直後におけるそうした木材統制が続くなかで、判明される1947・48年四半期の商工省による全国都道府県下駄用材割当量の推移を示しているのは、表9である。連続していない4時点の四半期を年間換算すると、全国割当量は55万石弱となり、広島県は最大の5万石強であったのみならず、なお

⁴⁶ 「木履生産状況について(報告)」1948年1月29日付広島県木履工業協同組合発日本銀行広島支店宛。『松永と下駄』広島県木履協同組合、1952年、18～19頁。

⁴⁷ 『林政20年史』日本林業協会、1966年、169頁。『松永と下駄、下駄と松永』昭和26年1月、広島県福山地方商工出張所。

各時点では上昇傾向を辿りながら、ほぼ一貫して最大の地位を維持していた。しかし、それでも戦後復興期における県内実際の下駄用材使用量は1947年でも1950年でも37万石とも記録されているように⁴⁸、統制撤廃以前の割当量は「需要量の8分の1に過ぎない」程度にとどまっており、「他は凡て闇入手と言ふことになる」とされている⁴⁹。産地では木材統制施行して以来、「マツ全盛時代」ともいわれるほど、ほぼ一貫して県内産松材に依存してきたのである⁵⁰。木材統制撤廃前後から、下駄生産にとって「最適である神石、甲奴郡方面の松材著減し、やむなく高田郡方面に一時集中したが、それも多くを期待できず最近佐伯郡、山口県、愛媛県方面に向かって買付に及んで」いたように、木材調達は広範囲にわたって行われていた⁵¹。また木材統制撤廃後、勃発した「朝鮮戦争にもとづく軍需と経済の軍事化にともなう他産業における木材需要の増大」また「パルプ原料の需要と関係して」、原木価格が「依然上昇傾向に」あった⁵²。すなわち、1949年を100とする場合、1951年に松が200、杉正角と松中丸太が125～150に、さらに1952年10月になると、松が300に、杉正角と松中丸太が200に高騰していた。木材統制撤廃前後の木材調達は非常に緊迫した状況にあった。

こうしたなかで注目すべきは、1950年1年間で産地内消費量全体の35%に相当する10万石にも上った、樫材を中心とする北海道材の存在であろう⁵³。木材統制撤廃直後、「個人が直接買付けし、大阪商人を通して北海道材を入れ又は、直接出向き又は手紙で買付等をして」おり、「運搬は昨年より若干船を使用するも殆ど列車運送」であった⁵⁴。こうした北海道材（樫材）消費量は1953年には、1950年の10万石から22.3万石強に2.2倍も急増し、「本県並に近県産松材」（24.6万石）と「ほぼ折半」するに至った⁵⁵。県内及び近県の松材から北海道材への移行が着実に進んでいたことがわかる。

⁴⁸前掲「木履生産状況について（報告）」。前掲『松永と下駄、下駄と松永』。

⁴⁹前掲「木履生産状況について（報告）」。

⁵⁰大脇新男「松永木履の生産」『木材工業』105号、1955年12月。「松永地方の木履工業について」『特産工業参考資料（第1）』商工部企業課、1950年。

⁵¹「松永地方木履業の現況と資金需要に関する一考察」1953年1月付広島県木履協同組合専務理事石井治夫記。

⁵²静岡大学文理学部経済学研究会「静岡下駄製造業の実態」静岡大学文理学部経済学研究会編『静岡下駄産業を守るために』1955年、43～44頁。

⁵³前掲「木履生産状況について（報告）」。前掲『松永と下駄、下駄と松永』。

⁵⁴前掲「松永地方の木履工業について」。

⁵⁵「下駄用材確保についてお願い」（1953年8月15日付広島県木履協同組合理事長村上民夫発広島県知事宛）『公文書』（1953～55年）。

表10 松永産地工場規模別使用材種の割合

分布(人)	工場数	松	榎	その他	合計
0	7	79	21	100	100
1～4	24	73	27	100	100
5～9	44	69	31	100	100
10～19	29	59	41	100	100
20～29	5	24	76	100	100
30～49	4	15	85	100	100
50～99	2	14	86	100	100
100～110	2	0	100	100	100
合計	117				

出所)中峯照悦「松永木履工業実態調査報告Ⅱ」『統計の泉』58号、広島県統計協会、1955年5月。

注)数値は1951年6月現在の状況を示している。

表10は、こうした産地内下駄用材の移行が進行している1951年半ば頃における規模別工場の使用材種の特徴を示しているが、それによると、20人未満規模工場が松材を、20人以上規模工場が北海道榎材を多く使用しており、その比率が対照的であった。その背景には、①前述したように、朝鮮戦争の特需やパルプ工業用材の需要の増加などともなう松材の品薄と原木価格の高騰が進んでおり、加えて松材の高騰ぶりが北海道榎材と比べて顕著であったこと⁵⁶、②製材設備を完備する大工場が歩留まりの関係で大きい材種の北海道榎材を選好する傾向が強いこと⁵⁷、③仕入にあたって、松材が小口仕入（トラック1台分4～5万円）で、代金の決済も着後現金払いあるいは1か月後現金払いで資金力の弱い小規模工場にとって有利であるのと対照的に、北海道榎材価格は松材と比べてわずかの上昇にとどまっているものの、松永駅着1石当たりの北海道材価格のうち約半分は運賃であり（1950年末時点、1石当たり運賃660～770円）、また1回の仕入資金が約30万円（手形サイトは大体60日程度）も必要とされているように、北海道材が一定の資金力を有し、大量仕入れのできる比較的規模の大きい工場にとって有利で

表11 産地内産地別・業者別購入下駄各種用材の構成

		(単位:千円、%)											
		松		榎		檜		杉		その他		合計	
地域別	北海道		453,028	83.6%								453,028	55.9%
	大阪		22,870	4.2%								22,870	2.8%
	兵庫		2,187	0.4%								2,187	0.3%
	香川				1,188	11.4%	126	13.8%				1,314	0.2%
	愛媛	1,234	0.5%	715	0.1%	270	2.6%	120	13.2%			2,339	0.3%
	鳥取	2,100	0.8%			30	0.3%					2,130	0.3%
	島根	39,823	15.7%			4,779	45.9%	504	55.3%			45,106	5.6%
	広島	201,880	79.6%	62,845	11.6%	3,839	36.9%	161	17.7%	1,761	45.4%	270,486	33.4%
	山口	8,607	3.4%			309	3.0%					8,916	1.1%
	熊本 輸入									165	4.3%	165	0.0%
	合計	253,644	100.0%	541,645	100.0%	10,415	100.0%	911	100.0%	3,876	100.0%	810,491	100.0%
業者別	製造販売	128,166	50.5%	480,471	88.7%	10,216	98.1%	911	100.0%	3,576	92.3%	623,340	76.9%
	三分生地販売	121,703	48.0%	43,394	8.0%	147	1.4%					165,244	20.4%
	問屋												
	製造問屋	3,650	1.4%	17,780	3.3%	52	0.5%			300	7.7%	21,782	2.7%
	加工販売	125	0.0%									125	0.0%
	合計	253,644	100.0%	541,645	100.0%	10,415	100.0%	911	100.0%	3,876	100.0%	810,491	100.0%

出所)『松永木履の産地と市場』広島県商工部、1956年12月。

⁵⁶中峯照悦「松永木履工業実態調査報告Ⅱ」『統計の泉』58号、広島県統計協会、1955年5月、23～24頁。

⁵⁷前掲、中峯照悦「松永木履工業実態調査報告Ⅱ」23頁。

あること⁵⁸、などがある。

こうした産地用材の北海道材への移行は前述した広島県商工部が 1955 年に実施した松永下駄産地調査資料からより明確に把握できる。表 11 は、広島県商工部調査資料から地域別・業者別購入下駄各種用材の構成を示している。それによると、1955 年間購入下駄用材金額 (8.1 億円) のうち、98% の用材が楡材 (5.4 億円) と松材 (2.5 億円) に集中しており、またその購入地域では楡材が北海道から、松材が広島を中心とする近県地域から購入されていたことからわかるように、県内・近県産松材が依然重要な下駄用材であるものの、その 2 倍強に相当する北海道産楡材のプレゼンスの増大は注目されなければならないであろう。ちなみに、そうした下駄用材の購入は、主に製造販売業 (主に楡) と三分・生地販売業 (主に松) という製造業者によって担われていたのである。

② 販売業 (問屋・製造問屋・加工販売)

前掲の表 6 でもみてきたように、販売業者 (問屋・製造問屋・加工販売) が問屋業を中心に戦後復興期に 93% という突出して高い創業比率を見せていたことから、戦後の産地内において新たに勃興し台頭してきた新勢力の企業群ともいえよう。その主な機能は下駄生地生産や下駄加工より下駄生地の仕入や外部委託加工による販売に重点的に置かれている。

1955 年の広島県商工部による実地調査資料に依拠して産地各業態 (製造業・販売業・加工業) が所有している下駄生地生産と下駄加工の機械台数をみると⁵⁹、製造業が 1450 台・9 台、販売業が 15 台・41 台、加工業が 3 台・483 台であったことからわかるように、産地内における下駄生地生産と下駄加工の主な担い手はそれぞれ製造業者と加工業者であった。ここで注目する販売業の所有機械台数に立ち入ってみると、問屋業者は機械を所有しておらず、製造問屋業が生地生産用機械 4 台と加工機械 4 台を、加工販売業がそれぞれ 11 台と 37 台を有しているが、製造問屋業と加工販売業の 1 社当たり所有台数がそれぞれ 0.5 台と 2.1 台にとどまっており、製造販売業 (12.5 台)、三分・生地販売業 (8.1 台)、賃仕上業 (3.8 台)、加工業 (2.8 台) に比して最低水準であった。また 1953 年の業者別下駄販売高構成をみると⁶⁰、下駄販売を担う業者は製造販売業・問屋業・製造問屋業・加工販売業となっており、1953 年下駄販売高 16 億円の構成比率が 69%・12.4%・12.3%・6.3%であったように、

⁵⁸ 「松永の下駄産業」『国民金融公庫月報』56号、1955年5月、16頁。前掲「松永地方の木履工業について」。前掲、中峯照悦「松永木履工業実態調査報告Ⅱ」23頁。

⁵⁹ 『松永木履の産地と市場』広島県商工部、1956年、23～25頁。

⁶⁰ 前掲『松永木履の産地と市場』43頁。ちなみに、16億円の下駄販売高には後述するように、0.84億円 (5.3%) のモード履が含まれている。

産地下駄販売の主な担い手は全体販売高の 7 割弱も占める下駄製造の主な担い手でもある製造販売業者であり、それにつぐ存在として販売業者（問屋・製造問屋・加工販売）が 3 割のシェアを有していた。製造販売業者と問屋など販売業者との関係については産地構造の部分で詳細に検討するが、いずれにしても、戦後復興期において問屋業など販売業者が戦前期から製造業者により主導的に進められてきていた従来の一貫生産・販売体制に新勢力の企業群として参入してきたことが読み取れよう。

備後履物卸商業協同組合は 1948 年 1 月に備後一円を地域とする、「木履加工品又は生地（白木の下駄）を買ひ加工販売する処の産地問屋的経営をして居る業者 34 名」より松永町に産地形成以来初の産地問屋の業界団体として設立された⁶¹。その後、1951 年における備後木履商工業協同組合への改称をへて、1955 年には 80 名もの組合員を有する組合に拡大していった⁶²。実際、1955 年時点では、広島県商工部の調査により判明する販売業者 74 社のうち、業界団体未加入の 19 社を除くと、広島県木履協同組合加入業者が 15 社であったのに対して、備後木履商工業協同組合加入業者が 39 社にも上っていたのである（表 6）。

③ 加工業

加工業は 1955 年時点において小零細規模を特徴とする加工業者の 9 割弱に相当する 151 軒が戦後復興期に新規創業してきたように（表 6）、これまで述べてきた問屋業など販売業と同様に戦後に急速に台頭してきた新規業種であったといえよう。1955 年時点の下駄販売については前述したとおり、製造業者と販売業者により担われており、加工業による販売実績は確認されなかった。ただし、同時点の業種別賃収入（加工賃、賃仕上賃など）をみると、加工業の賃収入額は 1.5 億円で、業界全体（製造販売業、三分・生地販売業、賃仕上業、加工販売業、加工業）の総賃収入額（1.8 億円）の 82% を占めている⁶³。その主要加工品種構成は塗 50%、押目 32%、張 8%、ペーパー磨 7%、焼 2% となっている。こうした比較的多様な品種の賃加工を業務とする加工業の加工賃収入状況は、前述してきた同時点の業態（製造業・販売業・加工業）別下駄生地生産と下駄加工の機械所有台数状況とほぼ一致している。すなわち、下駄加工関連機械台数では加工業者と業界全体の所有実績が 480 台と 530 台であったように、産地内の下駄加工関連機械が加工業者に極度に集中所有されている。ち

⁶¹村田露月編『松永町誌』松永町出版、1952 年。

⁶²「松永下駄産業 100 年年表作成にあたって」（1978 年 7 月 27 日付株式会社マルヤマ作成）前掲『松永の下駄（綴）』。

⁶³前掲『松永木履の産地と市場』32～33 頁。

なみに、加工業者所有の加工関連機械はペーパー機（165台）、押目研磨機（77台）、自動ペーパー（73台）、押目機（55台）、転写機（48台）、面取機（37台）、竹張機（17台）、コンプレッサー（6台）、モード線入機（2台）であった⁶⁴。そのために産地内の多様な下駄加工は小零細の加工業者により相当程度担われていたとみて差し支えなからう。

松永産地では、従来、白木下駄のままで販売されていたものが、第一次大戦後から加工が開始された。たとえば、桐張り磨き（生地の上に桐柾目経木を張り色付けして磨いたもの）や、ロイド二重張り（桐張りの上にセルロイドを張り重ねた物）、神代桐（生地の上に桐柾目経木を張り、全面をトートランプで焼いて桐の目出しをしたもの）などの桐張り加工が1918年から、本漆塗り加工が1932年から始まっていたが⁶⁵、戦後復興期に至ると、「焼焦、貼付、彫刻、染色、塗装、転写印刷等」と加工が多様化していった。そのうち、代表的な塗装加工は1948年から始まっており、「当初はワニス、ラッカー類と同様な考えのもとに」「下地工作から仕上げに至るまで尿素樹脂塗料」を使用していたので「色々な問題もあったが、之が使用法の研究が熱心に行われ、現在（1955年）では化学塗料に対する知識も深くなり、技術の進歩向上と共に松永独特の堅固な大衆製品を生み出すに至った」とされている⁶⁶。さらに、1950年代後半以降において、製造業者が「加工技術については全面的に加工業者に一任されて」おり、また「図柄研究」を「あまりなさず加工屋の工夫したもの」に「若干の意見を入れて加工させている」と指摘されていたことにみられるように⁶⁷、加工業者側において加工技術だけでなく、「図柄」など意匠研究も戦後復興期から相当程度進展していたことが読み取れよう。

（2）産地構造の変化

これまでみてきたように、戦後復興期の松永産地では、産地内の生産流通過程における中核的な存在としての製造販売業の生産拡大と機能強化にとどまらず、とりわけ賃挽・賃仕上業や問屋業、加工販売業、加工業などの集中的な創業にともなう勃興と台頭により強く特徴づけられているが、このことは、製造販売者を主体とする一貫工場制生産形態という戦前期以来の産地構造に決定的な変化を与えていると考えられる。

では、松永の産地構造は戦後復興期においていかなる変化を示していたのであろうか。ま

⁶⁴前掲『松永木履の産地と市場』25頁。

⁶⁵日本はきもの博物館編『松永の下駄』遺芳文化財団、1992年、6～7頁。

⁶⁶前掲大脇「松永木履の生産」24頁。括弧内は筆者による。以下も同様。

⁶⁷『松永木履の産地診断報告書』広島県商工部商工指導課、1958年、33頁、53頁。

戦後松永下駄産地の生産拡大と業種転換：1950～60年代を中心に

表12 1953年度産地内業種別生産販売額と賃収入額構成

(単位：千円、%)

生産区分	製造販売		三分・生地販売		賃挽・賃仕上		問屋		製造問屋		加工販売		加工		合計		
	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率	
生産販売額	丸太から三分		99,900	39.6%					7,200	3.6%					107,100	5.6%	
	丸太から生地	67,660	5.8%	100,529	39.8%										168,189	8.7%	
	枕から生地	9,327	0.8%	19,936	7.9%										29,263	1.5%	
	三分から七分			1,080	0.4%										1,080	0.1%	
	三分から生地			30,412	12.1%										30,412	1.6%	
	七分から生地			430	0.2%										430	0.0%	
	小計	76,987	6.5%	252,287	100.0%					7,200	3.6%				336,474	17.5%	
	丸太から加工品	951,123	80.9%							33,800	16.7%					984,923	51.1%
	木取から加工品	6,240	0.5%												6,240	0.3%	
	枕から加工品	79,870	6.8%					14,127	7.2%	71,620	35.4%	4,355	4.3%		169,972	8.8%	
三分から加工品	28,268	2.4%					14,253	7.2%	64,900	32.1%	920	0.9%		108,341	5.6%		
七分から加工品	9,210	0.8%					25,600	13.0%	4,920	2.4%	510	0.5%		40,240	2.1%		
生地から加工品	23,905	2.0%					143,481	72.7%	20,040	9.9%	94,457	94.2%		281,883	14.6%		
小計	1,098,616	93.5%					197,461	100.0%	195,280	96.4%	100,242	100.0%		1,591,599	82.5%		
合計	1,175,603	100.0%	252,287	100.0%			197,461	100.0%	202,480	###	100,242	100.0%		1,928,073	100.0%		
賃収入額	丸太から枕		500	55.2%	1,195	4.4%									1,695	0.9%	
	丸太から三分				2,575	9.5%									2,575	1.4%	
	丸太から七分				180	0.7%									180	0.1%	
	丸太から生地				1,020	3.8%									1,020	0.6%	
	木取から生地			106	11.7%	1,460	5.4%				1,000	20.4%			2,566	1.4%	
	枕から三分	80	0.0%			3,240	12.0%								3,320	1.8%	
	枕から七分			240	26.5%	210	0.8%								450	0.3%	
	枕から生地					600	2.2%								600	0.3%	
	三分から七分					3,318	12.3%								3,318	1.8%	
	三分から生地			60	6.6%	5,633	20.8%								5,693	3.2%	
七分から生地					6,954	25.7%								6,954	3.9%		
小計	80	100.0%	906	100.0%	26,385	97.6%					1,000	20.4%		28,371	15.7%		
三分から加工品											32	0.7%			32	0.0%	
七分から加工品					640	2.4%								640	0.4%		
生地から加工品										3,862	78.9%	147,217	100.0%	151,079	83.9%		
小計					640	2.4%				3,894	79.6%	147,217	100.0%	151,751	84.3%		
合計	80	100.0%	906	100.0%	27,025	100.0%				4,894	100.0%	147,217	100.0%	180,122	100.0%		

出所)「松永木履の産地と市場」広島県商工部、1956年12月。

ず、1953年度半製品・完成品の生産販売額と賃収入額業種別構成を表12でみよう。それによると、生産販売と賃収入はいずれも半製品と完成品から構成されており、製造販売業をはじめとする各業者の産地内における役割分担は明確に異なっている。まず、完成品（加工済み）の生産販売については、製造販売業者と販売業者（問屋・製造問屋・加工販売）がそれぞれ7割と3割を占めており、そのうちの製造販売業者が「丸太から加工品（完成品）」を主体としている一貫生産体制を取っているのに対して、販売業者としての問屋・製造問屋・加工販売が丸太や木取から生産することなく、「生地（下駄台）から加工品」に生産の重きを置いている。しかし、注意すべきは、製造販売業と販売業者としての問屋・製造問屋・加工販売業の1社当たり所有下駄生産と下駄加工の機械台数がそれぞれ12.4台・0.1台、0台・0台、0.3・0.3台、0.5台・1.6台であったことである。つまり、製造販売業者が大規模の生産機械設備による一貫生産を行いうるものの、下駄加工機械をほとんど所有しておらず、下駄加工を外部委託していることがわかる。また、販売業者が枕や三分・七分・生地の購入もしくは生地などの生産外部委託に依存しており、またその加工については、部分的な

下駄加工をを行う加工販売業以外、製造販売業と問屋、製造問屋の下駄加工がいずれも外部委託されていたといえよう。販売業者にみられる生地などの購入先と生産外部委託先はそれぞれ「地場売り」ともいわれる三分製品や生地の生産・販売を専業とする三分生地販売業者と⁶⁸、半製品仕上を専門とする賃挽・賃仕上業者であると考えられる（表12）。また製造販売業者と販売業者による下駄加工の外部委託先はいずれも加工業であろう。実際、加工業の賃収入額はすべて「生地から加工品」という完成品賃収入ものとなっており、その完成品賃収入全体比率が97%に達している（表12）。産地内賃加工のほとんどが加工業により行われていたことが明らかである。このように、産地内生産構造における大きな二つの流れとして、①製造販売業→生地一貫生産→加工外部委託（加工業者）→完成品販売、②販売業者（問屋・製造問屋・加工販売）→三分・生地などの購入（三分・生地販売業者）と生地生産の外部委託（賃挽・賃仕上業者）→加工外部委託（加工業者）→完成品販売、の2つが見出されよう。

表13 1953年度産地下駄の全国販売状況

	販売額(千円)									取引先店舗数						1店舗当たり販売額(千円)						
	製造販売業			販売業			合計			製造販売業			販売業			合計		製造販売業		販売業		合計
	卸売	小売	小計(%)	卸売	小売	小計(%)	卸売(%)	小売(%)	合計(%)	卸売	小売	小計	卸売	小売	小計	卸売	小売	卸売	小売	合計		
北海道	216		216 100.0				216 100.0		216 0.0	2	2		2	108			108			108		
東北	102,481	451	102,932 88.8	11,367	1,673	13,040 11.2	113,848 98.2	2,124 1.8	115,972 7.7	205	6	211	18	13	31	242	500	75	632	129	479	
関東	79,497	11,674	91,171 67.3	39,127	5,211	44,338 32.7	118,624 87.5	16,885 12.5	135,509 9.0	237	94	331	109	31	140	471	335	124	359	168	288	
北陸	105,888	2,925	108,813 91.7	4,439	5,418	9,857 8.3	110,327 93.0	8,343 7.0	118,670 7.9	188	9	197	18	18	36	233	563	325	247	301	509	
中部	67,852	2,778	70,630 70.3	27,531	2,352	29,883 29.7	95,383 94.9	5,130 5.1	100,513 6.7	182	16	198	85	21	106	304	373	174	324	112	331	
近畿	151,768	74,483	226,251 45.8	92,558	174,979	267,537 54.2	244,326 49.5	249,462 50.5	493,788 32.8	379	439	818	269	804	1,073	1,891	400	170	344	218	261	
中国	74,795	15,864	90,659 66.8	25,916	19,053	44,969 33.2	100,711 74.3	34,917 25.7	135,628 9.0	225	152	377	113	208	321	698	332	104	229	92	194	
四国	8,259	80	8,339 78.4	1,400	900	2,300 21.6	9,659 90.8	980 9.2	10,639 0.7	8	2	10	4	5	9	19	1,032	40	350	180	560	
九州	326,125	9,777	335,902 84.7	28,957	31,778	60,735 15.3	355,082 89.5	41,555 10.5	396,637 26.3	483	59	542	85	306	391	933	675	166	341	104	425	
合計	916,881	118,032	1,034,913 68.6	231,295	241,364	472,659 31.4	1,148,176 76.2	359,396 23.8	1,507,572 100.0	1,909	777	2,686	701	1,406	2,107	4,793	480	152	330	172	315	

出所)『松永木履の産地と市場』広島県商工部、1956年12月。

つぎに、上述した完成品販売を担う製造販売業と販売業者の完成品販売における特徴を表13でみよう。表13は、広島県商工部調査資料により判明した1953年度産地下駄の業態別全国販売状況である。15億円にも上る下駄販売は近畿(33%)と九州(26%)を中心に関東や北陸、東北、中部など幅広い地域に行き渡っているが、1936年・1941年・1947年の販路では、主に九州が42%・43%・40%、近畿が5%・13%・23%、中国が11%・19%・15%、関東が10%・4%・6%、北陸が8%・4%・7%、東北が7%・0.4%・3%、中部が4%・0.3%・0%であったことを考えると⁶⁹、戦後復興期後半期の産地販路は中国や九州の

⁶⁸ 『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点：広島県福山市松永地区の実態』大阪府立商工経済研究所、1968年、18頁。

⁶⁹ 1936年と1941年の販路は『広島県木履工業組合—地方別販売先調表』(1943年)、

大幅な縮小、またそれと対照的に近畿の顕著な拡大と関東や北陸、東北、中部の復調に特徴づけられよう。こうしたなかで、製造販売業と販売業（問屋・産地問屋・加工販売）がそれぞれ産地販売額の7割弱と3割強を占めているように、産地販売における製造販売業の重要性が際立っている。しかし、ここで注目すべきは、問屋など販売業が産地にとって最大の販売市場である近畿地域におけるその販売規模（2.7億円）が製造販売業（2.3億円）を上回っているにとどまらず、その小売店販売規模が3.6億円規模の小売店向け販売額の67%を占めており、近畿をはじめ、東北や北陸、中国、四国、九州など幅広い地域の小売店向け販路において大きな力を発揮していることである。概して卸売向け販売と小売店向け販路における製造販売業と問屋など販売業のすみわけが進んでいるといえよう。実際、取引先店舗数でも、製造販売業と販売業がそれぞれ卸売と小売に大きな比重を置いており、そのなかで近畿の804店という産地の中で最多の小売取引店舗数を打ち出しているのは販売業であった。また、1店舗当たり販売額でも、製造販売業と販売業がそれぞれ卸売販売市場と小売販売市場では軒並み高いパフォーマンスを示していたのである。

しかし、一方で前掲の表6にも示されているように、1955年時点の主要な産地組合としてそれぞれ製造業者・販売業者・加工業者を主体とする広島県木履協同組合・備後木履商工業協同組合・松永地方履物加工連盟のいずれにも加入していない未加入業者は219と全業者数の5割強にも達しており、そのうち、とりわけ戦後創業が顕著な業種として知られる賃挽・賃仕上業と加工業の未加入業者は絶対数（50、116）でも全体比率（81%・68%）でも最大水準であった。上記の調査を行った広島県商工部はかつて、そうした状況から「協同組織を通じて業界を盛り上げて行くとする気概の欠如」や「協同精神の欠陥」が「本業界のあらゆる繁栄の糸口を阻む要因」ともなると大きな懸念を示していたのである⁷⁰。

その一端を示しているのは、広島県商工部が1955年に松永下駄の全国取引先を対象に実施した松永下駄の品質と図柄に関するアンケート調査資料を整理した表14である。品質では、「非常に良い」と「少々よい」が計59%、「悪い」と「少々悪い」がわずかに4%と概ね全国各地の取引先から高評価が得られているのに対して、図柄では、前者が計28%、後者が計32%と後者が前者を上回り、また品質に対する「悪い」と「少々悪い」の評価よりはる

1947年は前掲「木履生産状況について（報告）」による。ちなみに、1936年と1941年の販路には旧植民地（7.5%・5.5%）とその他（3.7%・8.3%）が含まれていたのである。

⁷⁰前掲『松永木履の産地と市場』16頁。

表14 松永下駄の品質と図柄に対する全国取引先の評価

	東 北	北 陸	関 東	中 部	近 畿	中 国	九 州	全 国	
品質	非常に良い	29	7	19	11	3	14	47	19
	少々よい	51	43	36	44	41	41	32	40
	普通	17	50	45	39	49	41	16	37
	少々悪い	3			6	7	4	5	4
	悪い								
合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100
図柄	非常に良い	6		5	11		10	4	5
	少々よい	28	21	24	17	13	17	34	23
	普通	43	36	40	33	44	24	46	40
	少々悪い	17	29	21	28	30	28	16	23
	悪い	6	14	10	11	13	21		9
合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100

出所)『松永木履の産地と市場』広島県商工部、1956年12月。

注)全国の履物取引先に対するアンケート調査(調査表
発送999枚、回答枚数250枚で回収率25%)。

かに大きくて、非常に厳しい評価がほぼ全国各地で下されている。その背景には、製造業者が「図柄研究」を「あまりなさず加工屋の工夫したもの」に「若干の意見を入れて加工させている」ように、「きわめて変則的分裂的なものである」ともされているような、製造業者と加工業者の協調的・有機的な関係の欠如の存在があった⁷¹。同アンケート調査における取

引先の「製造業者及び産地卸屋に対する意見」として、「産地業者、卸屋は小売店に販売して、値段を乱すことのないようにしてもらいたい」(関東地方、15%)、「産地業者は軒並みに売りつけるから、安くしてもらっても、卸屋を苦しめるだけです。ある程度の商業道徳を守ってもらいたい」(近畿地方、26%)、「小売と卸屋の開きをつけ、ダンピングはやめてほしい」(中国地方、26%)、「産地業者の非常識な乱売と、小売店へ直売による不当競争で地方問屋は迷惑ですから改善を望む」(九州地方、33%)、などが指摘されているように、前述した製造業者と加工業者の協調的・有機的な関係の欠如が製品販売業者間にも存在していることは注目しなければならない⁷²。

このように、戦後復興期に急激な生産拡大を遂げる松永産地では、戦前期以来の製造販売者を主体とする一貫工場制生産流通形態がとりわけ賃挽・賃仕上業や販売業者(問屋・製造問屋・加工販売)、加工業などの集中的な創業・参入を背景に、製造販売業と販売業者を主な担い手とする多様な生産流通形態へと劇的に変化していくが、そのなかで問題視しなければならないことは、そうした新たな産地構造が製造業者と加工業者の間、また販売業者間における協調的・有機的な関係の欠如を内包していたことである。

(3) 産地間競争の影響：静岡産地を中心に

戦後復興期に松永産地が驚異的な生産拡大を遂げてきた要因の3つ目は、産地間競争の影響である。前述したとおり、静岡県が1954年に下駄出荷額では戦後初めて全国トップの座を広島県に譲り渡したかわりに、木製サンダル出荷額では全国トップに立ち、またその2年後に県内では下駄を凌駕する規模にまで成長を遂げていたように(表5)、静岡産地では

⁷¹前掲『松永木履の産地診断報告書』53頁。

⁷²前掲『松永木履の産地と市場』69～73頁。

1950年代初頭から下駄生産からの撤退と同時に下駄から木製サンダル（モード履）への転換が急速に進展しており、その背後には松永産地との産地間競争があったと考えられよう。実際、松永産地側では比較早い時期から静岡産地の目まぐるしい動向に強い関心が向けられており、静岡産地への本格的なキャッチアップが目指されることとなった。

1950年12月20日付で広島県木履協同組合から広島県知事宛に送られた「木履工業研究機関設置に関する陳情書」（資料1）⁷³と1952年4月28日に広島県木履協同組合から出された宛先不明の「陳情書」（資料2）から⁷⁴、静岡産地の革新と成長、そしてそれに対する松永産地の立ち遅れへの焦燥感や危機感の一端が伺われよう。

〔資料1〕

「本県木履工業は全国的機械化の先鞭をつけ、工場大量生産を始めましたので、全国にその販路を拡張し戦前は全国需要の大半を賄ったものであります。然し乍ら戦時中労務徴用の強行、資材の割当制限等甚だしく本県の生産著減したため他県では履物不足に悩み、これを補うべく各県共木履工場の新設等助長策に努めましたので、戦後本県業者も斯業復活を図りましたが、各地の進出に禍いされ昔日の発展を見る事が出来ない状態にあります。特に戦後に於きましては静岡県を始め常に意匠の工夫、新規考案等研究に努めて居ります。一般に斯業に従事します者はかかる学的素養なく一時的思付を以てその事にあたって居り、又僅かの工夫をも秘して、その利益を独占しようとし、その進歩を見る事が出来ません。従って、常に他県の模倣に止り、競争と数歩を譲って居ります。

ここに於きましては公的機関を設置せられ公開された研究を以て斯業の発展助長を計られるべく御配慮の程お願い致します。

その方法としまして木履業の集団地である松永町に左記の通り研究機関を設けられ、然るべき指導技師の常駐を願い常に工場加工場を巡回指導又は何時でも業者はその研究所に行き疑問を質し指導を受け或は新規考案を発表せられる等御取計らい下さる様願う次第であります。…（中略）…

三、要望事業概要

新規考案加工品の発表、工場巡回指導、講習会開催、講演会開催、展示会品評会開催、工程管理指導、意匠図案考案並に指導資料配付、彫刻指導講習会、他産地視察、その他。」

〔資料2〕

⁷³ 「木履工業研究機関設置に関する陳情書」1950年12月20日。

⁷⁴ 「陳情書」1952年4月28日。

「本県東部に於ける重要産業たる木履製造業は年産 3,500 万足、金額 12 億余円に及び、関係従業員 3 千人を擁し、全国各地に販売して居りまして、静岡県と並んで 2 大産地をなして居ります。然るに今日静岡その他各地産地製品に圧せられつつありますが、その主たる原因は加工、意匠の進歩が他県に比し一步遅れて居り、そのコストも高価であることであります。静岡県の年産 1 億足に対し本県の 3 千 5 百万足から見ると、更に進展の余地を充分持つものであります。他県の進出に対抗し更に発展するためには、多くの研究改善すべき点があると考へられます。近時他県に於いては其当局の強力なる施策により、その製品は市場を倦圧しつつあり、この儘推移するときは本県業者はその競争に落伍する外ありません。

ここに於きまして大いに工夫、研究しなければなりません、各業者としては零細企業のため、各自研究の余力を持ちませんので、斯業振興のため、是非公的研究指導機関の設置の必要を痛感して居ります。」

1950 年代初頭において静岡の動向を強く意識した陳情書が再三作成されていたが、そのなかでとりわけ加工や意匠の研究推進などの点で立ち遅れており、また「この儘推移するときは本県業者はその競争に落後する外ありません」とも強調されているように、松永産地側が静岡産地に対する立ち遅れに大きな危機感を募らせている。その対策として「木履業の集団地である松永町」における「公的研究指導機関の設置」が浮上し、最初の陳情から遅れること 2 年半後の 1953 年 4 月 1 日に広島県立木履指導所の設立により実現されることとなったのであるが⁷⁵、その設立と活動を考察する前提として、まずライバル静岡産地の戦後復興期における生産展開について明らかにしておきたい。

前述した [資料 2] でも松永産地側により認識されているように、1950 年代初頭に「静岡県の年産 1 億足に対し本県の 3500 万足」と静岡県が広島⁷⁶の 3 倍弱に相当する生産規模を有していたとされている。実際、1951 年度の静岡県生産足数は 1.1 億足に達しており、その地域別分布をみると、静岡市が 9,500 万足、清水市が 1,080 万足、島田市が 512 万足、富士宮市が 279 万足であったように、静岡市は県全体の 8 割強を占める主要産地であった⁷⁶。同時期の下駄生産額と下駄製造関連従業員数ベースでも、静岡市がそれぞれ 38 億円 (86%)、1 万 5 千人 (91%) と圧倒的な集積規模を有していた。かかる静岡産地の代表的

⁷⁵ 広島県立工芸試験場 30 周年記念誌編集委員会編『創立 30 周年記念誌』1984 年、4 頁。

「広島県立木履指導所建設経過報告」『広島県木履指導所建設委員会』。

⁷⁶ 「下駄」『静岡県の産業』静岡商工会議所、1954 年、59～60 頁。以下も同様。

な製品は女物を中心とする塗下駄と焼下駄であったとされている⁷⁷。

塗下駄は別稿でも指摘してきたように⁷⁸、第1次世界大戦期以降、漆器関連加工職人の下駄加工への転業増加と県内安倍杉の大量使用が相まって生産が本格化し、静岡県特産品として塗下駄生産の「各地の業者を採算難におちいらせて静岡塗下駄の名を県外各地に大きくかかげ、販売網を確立」してきた。蒔絵師や塗師屋、卸・小売商からなる「静岡塗下駄卸商組合」が結成されたのも第1次世界大戦直後の1919年であった。一方、焼下駄は敗戦直後の漆使用制限を背景に急速に台頭し、「黒焼きとなった表面に絵彫りをしたもの、赤や緑のラッカーで黒焼きの磨き台に図案を描いたもの」などの表面に各種尿素樹脂塗料で光沢（艶出し）を出すことにより、安価で美しい下駄として塗下駄と並ぶ重要な製品として急成長してきている⁷⁹。

こうした塗下駄と焼下駄の生産形態はいずれも製造問屋を中心とする問屋制若しくは分散型生産組織となっている。つまり、問屋が木地（下駄台）を自社工場で生産もしくは木地工場から購入し、その木地を塗師屋や蒔絵師、焼加工屋に加工させて消費地問屋に販売するというものである。塗下駄の場合、塗師屋が問屋から木地支給を受けてから、下塗をさらに下地加工業者に加工させたうえで、上塗を行い、問屋に納品することとなっている⁸⁰。ちなみに、1950年の産地調査によると⁸¹、静岡産地下駄製造関連工場店舗数は4,443軒にも上っているが、その業種別では、問屋と木地がそれぞれ634軒・152軒、加工業としての塗装・蒔絵・下地・焼加工・彫刻がそれぞれ421軒・439軒・1,678軒・286軒・633軒、また小運搬が200軒であったように、加工業者が塗下駄関連（塗装・蒔絵・下地）と焼下駄関連（焼加工・彫刻）の業者からなる圧倒的多数の工場店舗を有していたことがわかる。

こうした静岡産地を代表する塗下駄と焼下駄の戦後復興期における生産回復と生産拡大の背景には、前述した松永産地側の認識にもみられるように、加工や意匠の研究推

⁷⁷前掲静岡大学「静岡下駄製造業の実態」16頁。

⁷⁸拙稿「戦間期日本における内需型在来産業の展開」。

⁷⁹『静岡履物史』静岡履物史編集委員会、1968年、173～175頁。「漆の使用禁止」は「重要資材使用制限規程」（1947年12月16日付実施）に基づいて1948年2月16日付で実施されたが、静岡木漆商工連盟の働きにより制限緩和措置が図られ、塗下駄もその対象となっていると伝えられている（「ウルシの問題」『日本履物新聞』1948年3月22日）。

⁸⁰佐伯航「静岡下駄」『国民金融公庫』63号、1955年12月、13頁。

⁸¹前掲『静岡履物史』159頁。

進と「強力なる施策」の進展があったと考えられる。たとえば、1948年10月に静岡塗下駄蒔絵同盟会（1931年結成）を母体とする静岡塗下駄蒔絵図案研究会は静岡塗下駄商工業協同組合（1947年設立）を事務所に、「時世ニ適応スル塗下駄図案ノ向上刷新ノ目的ヲ以テ」、蒔絵業者により結成されたが、図案研究や毎月図案資料の配布、さらに研究会開催、実技講習会などの運営にあたって静岡塗下駄商工業協同組合が後援会賛助員ともなっており、また静岡県立工業試験場長の張間喜一、静岡市役所商工課の藤村彦四郎（元商工奨励館長）の指導があったとされている⁸²。その活動は1950年に設立された静岡市工芸指導所に引き継がれることとなったが、下駄業界内の製造問屋と加工業者との協調的活動にとどまらず、そうした産業界の活動に対する行政指導機関の積極的な支援が敗戦直後の産業復興にとって重要な条件となったといえよう。

また1948年4月22～24日に静岡駅前の松坂屋百貨店を会場に第1回目静岡特産塗下駄見本市は塗下駄の「終戦後の復興ぶりと技術の向上による良品廉価を全国業者に展示し、一部の不評を一気に吹き飛ばす」ことを目的に、全国業者を対象に開催されたが⁸³、それがのち全国各地の下駄見本市開催の先駆けとなったことから、「静岡が見本市としては先輩格である」と称されていた⁸⁴。全国業者数千名にもものぼる来場者が訪れて大成功裏に終わった背景には、前述した図案研究会の活動とほぼ同様に、主催者の静岡塗下駄商工業協同組合と後援者の静岡商工会議所と静岡市役所の協調的な関係があったにとどまらず、見本市終了後に開催された取引業者懇談会への「市経済部長、県商工課長」の積極的参画姿勢も重要であったといえよう⁸⁵。

さらに、1950年3月に静岡塗下駄商工業協同組合の主導のもとで、塗下駄の品質改善を目的とする静岡改良下地工業協同組合が設立されており、そこで下地に関する生産試験をはじめ、下地塗料の研究や適正な使用方法、下地への認識向上のための講習会が行われるが、その運営にあたって業者負担金200万円のほかに「県から200万円、市から100万円」の助成により設置した「ボイラー一基、ニカラ溶解タンク一式、攪拌機をはじめ」とする各種試験や研究の機械設備が重要な条件となった⁸⁶。後述する広島県立木履指導所の設立と初期

⁸²前掲『静岡履物史』168頁、669～673頁。

⁸³「静岡塗下駄見本市決る」『日本履物新聞』1949年4月1日。「静岡下駄見本市盛況裡に終わる」『日本履物新聞』1949年4月29日。

⁸⁴「主張：見本市開催の日取について」『日本履物新聞』1956年2月3日。

⁸⁵前掲「静岡塗下駄見本市決る」。「静岡：取引の改善を期す業者懇談会」『日本履物新聞』1949年4月29日。

⁸⁶前掲『静岡履物史』160頁。

活動にみられる指導体制の脆弱性と対照的だったのである。

こうした積極的な業界活動の帰結として、静岡塗下駄商工協同組合連合会が1951年7月に結成されるに至った⁸⁷。静岡塗下駄商工業協同組合、静岡特産塗下駄商工協同組合（1947年設立）、静岡中央塗下駄商工業協同組合（1948年設立）、静岡下駄生地工業協同組合（1948年設立）という「4つの組合による業界の統一、一本化という意味から、さらに共同事業の推進による振興策を」立案することは主な目的であった。木地生産業者や製造問屋の協力体制のもとで「県150万、市100万の助成による」木材乾燥事業や木地モデル工場が運営されることとなった。1954年における静岡県中小企業等協同組合大会での連合会の知事表彰にもみられるように、そうした活発な共同事業運営が高く評価されていたのである。

一方、以上のような塗下駄を中心とする活発な意匠研究や見本市開催とほぼ同時に進行していたのは、モード履（木製サンダル）の台頭であった。前述したように、静岡では1950年代初頭から下駄からモード履への転換が急速に進んでいたが、その具体的変化は従来の主体だった日光下駄（両繰）からシューズ履き系統の「モード」へという形状（型）の変化としてとらえられる。1950年代初頭までには「日光下駄の生産が主でモードものの生産は従であった」が、1953年にはモードのものが50%、1954年には60%となり、1955年には「その生産の80%までがモードという結果になっている」ともされている⁸⁸。モード履は「終戦直後につっかけ下駄といわれて、杉の焼き下駄で、木目を浮き出させ、台の下部ノメリ部分は大波のように削り、踵は後丸形とし、上部の土踏まずの個所に凹部をつけ、残部をやや少し勾配をえがいたもので、バンドに革やゴム、古い調帯を両端に交叉、または一枚バンドとして鋏で打ち止めしたもの」であった⁸⁹。1949年から全国に先駆けてスタートした静岡の見本市をみると、第3回目の1951年（2月21～23日）にモード履が登場し、「こんごモード履が中心の傾向」となると大きな注目を浴びて以来、翌年の第4回目（2月21～23日）に「モード履のオンパレード」ととどまらず、そのデザインは「マチス調、あるいはピカソ調が中心となって従来にない斬新さを発揮、色彩は洋装の色調とマッチした傾向を見せ」、「流行ということに敏感に反映をもつことになった」とも称された⁹⁰。静岡産地に

⁸⁷前掲『静岡履物史』176～177頁。

⁸⁸佐伯航「静岡下駄」『国民金融公庫』63号、1955年12月、13頁。

⁸⁹前掲『静岡履物史』174頁、188頁。

⁹⁰『静岡履物新聞』の報道記事（前掲『静岡履物史』188～189頁）のほかに、「静岡下駄見本市盛大裡に終了」『日本履物新聞』1952年3月1日。「モードの多かった静岡大見本市」『日本履物新聞』1954年2月26日。

おけるモード履への強い転換姿勢が伺われる。

モード履への転換にともない、塗装加工や蒔絵にも年々斬新な柄やデザインのものが入り入れられるようになった。1955年春に市工芸指導所と静岡蒔絵工業協同組合下駄部の共催により開催された第1回塗下駄蒔絵新作品発表会は、「最近モード履の進出には驚異的なものが」あったという近況を踏まえ、デザインと消費者購買意欲の向上を目的に行われたものであった⁹¹。また、生産工程においては、製造問屋がバンド打ちを担い、従来の下駄台のみの出荷からバンドをつけた完成品を出荷するようになった。さらに、ビニールが応用される「モードバンド」または「ビニールバンド」は、藤田金三郎や鈴木健一、杉山忠蔵など地元静岡有志者によって製造開始され、その需要の増大にともない、1952年にビニールバンド組合が業者相互の研究開発の促進を目的に結成されるに至ったのである。

こうしたモード履きへの急速な転換が静岡産地で進んだ最大の原因として、従来の下駄生産をめぐる松永との熾烈な競争があったと考えられる。松永産地は「静岡の最大の敵は松永だ」と自称しつつも、「優秀技術者や新規考案そのデザイン等すべてに静岡より一步遅れて」おり、「もし静岡と同様に新しい技術者や新趣向や流行が取り入れられるなら松永は静岡と同等の盛況と地位を確保し得る」という強い危機感を比較的早い時期から持っていた⁹²。それに対して、静岡産地側は1950年代初頭に「静岡の強敵」として松永産地を挙げており、その理由は「分業的手工業」主体の静岡と異なる、「一貫作業の大工場組織」にも特徴づけられる松永産地固有の産地構造の存在であった⁹³。実際、同時期に静岡の下駄は「比較的流行に追われ、値段も高値につきがちとなる」なかで、「広島松永で日光が安価に大量生産されて市場に進出して」きたことに「脅威を感じつつある」とも伝えられている⁹⁴。また、同様の事態は1953年の日本銀行広島支店金融経済月報でも、松永産下駄が「静岡産の地盤に漸次喰いこみつつある」と指摘されており、そのなかで理由として「①大衆向白木下駄に生産の重点があること、②塗下駄でも意匠にはさほど重きを置かず、下塗りなども作業工程が簡易化されていること、③従って製品は廉価で大衆に値頃なこと（静岡物1足平均70円に対し松永物40円）」の3点が主に挙げられていた⁹⁵。ちなみに、同時期において

⁹¹ 「静岡塗下駄新作発表会」『日本履物新聞』1955年7月1日。

⁹² 「静岡見本市後日談議」（広島県履物卸理事長西田達雄）『東洋履物新聞』1949年6月5日。

⁹³ 佐々木清治「松永を見て静岡に憶う」前掲静岡『静岡下駄産業を守るために』13頁。

⁹⁴ 前掲静岡大学「静岡下駄製造業の実態」16頁。

⁹⁵ 「木履業の近況」『金融経済月報（1953年8月分）』日本銀行広島支店。

松永下駄が「喰いこみつつある」「静岡産の地盤」は主に近畿とされているが、その近畿が静岡産下駄の販路分布では関東（15.2%）を上回る水準（17.3%）にある最重要な市場としての位置づけとなっていたのである⁹⁶。

一方、静岡産地内でも同時期に、高級品販売では「総売上高を維持できる方法だが、販売数量が限定され」、また下級品販売では「新興業者の進出があり、楽観できない状況」に直面していたことから⁹⁷、他産地とりわけ松永産地の安価製品に押されるなかで、膨大な業者を抱える静岡産地では市場がきわめて限定的な高級品生産にはただちに転換できなかったことが読み取れよう。こうした産地間価格競争が静岡産地のモード履への急速な転換を促した直接的な原因となったといえよう。松永産地に即して言えば、前述したように、松永産地が製造販売業と販売業者を主な担い手とする多様な生産流通構造に支えられて劇的拡大を遂げていくなかで、販売業者間の不当競争問題が強く顕在化するようになってきており、そのことはとりわけ静岡との産地間の価格競争を激化させただけでなく、のちに述べる、下駄消費需要が急速に縮小に向かう高度成長始動期以降の新製品開発や業種転換にも悪影響を与えることとなったのである。

では、1953年4月に設立された広島県立木履指導所は戦後復興期においていかなる役割を果たしていたのであろうか。静岡産地に強い危機感を持った地元業者の陳情を受けて遅ればせながら松永町に誕生した指導所は「木履工業の振興を図るため」、「①意匠改善の研究に関すること、②塗装技術の研究に関すること、③その他木履工業技術の改善に関すること」、を行うことを目的として掲げていた⁹⁸。その目的は松永産地業者の強い要望に即したものであったが、指導所の設立時に着任した大脇新男（2代目所長）の回想録によると⁹⁹、設立当初の指導体制には様々な問題があった。つまり、「設備といっても庁舎が一棟だけで、試験室も研究室もとれない、工作機械設備、試験設備機械もない。先ず木履そのもの人間工学研究から始めることにした」が、しかし、その初年度「年間予算は人件費を除いて凡そ60万円、今から見れば『県立の試験研究機関』としては、何と規模も施設も予算も小さ」かったことから、1954年の試作品展示会開催の企画にあたって、「試作するには、木材加

⁹⁶前掲佐伯「静岡下駄」10頁、13頁。

⁹⁷前掲「下駄」『静岡県の産業』59頁。

⁹⁸「広島県規則第46号」広島県報号外（1953年5月1日）。

⁹⁹大脇新男「木工指導所の15年の記録」前掲広島県立工芸試験場『創立30周年記念誌』74～77頁。ちなみに、大脇新男は1946年に広島県立府中公共職業補導所の木工学科担任、1947年に福山工業高等学校、1949年に福山葦陽高等学校との統合で新設された広島県立福山南高等学校の木材工芸科長をへて指導所に赴任したのである。

工機械がないのではどうにもならなくて業者の「無償提供」を受けたこと、また「小型で1台で12種類の加工ができる」「アメリカ製木工機械ショップスミス購入」費用(42万円)に関する地元業界半額負担への要請に際しても、「大半は4、5回の説明、折衝を要し、最も長くかかったのは11回、始めてから3ヶ月余を自転車でかけ廻ること」、などの苦労が非常に多かったのである。

表15 広島県立木履指導所の技術指導状況

		技術指導	技術相談	依頼試験	他の試験	合計
1954年度	意匠図案係	4	72		724	800
	塗装係	110	143	1	172	426
	製造係	8	13		13	34
	合計	122	228	1	909	1,260
1955年度	意匠図案係	7	70	7	693	777
	塗装係	53	204	5	104	366
	製造係	39	20	10	11	80
	合計	99	294	22	808	1,223

出所『業務報告書』(1954年度、1955年度)広島県立木履指導所。

1954～1955年度における指導所の技術指導状況について表15でみると、意匠図案係・塗装係・製造係が行った技術指導件数が1,200件にものぼっているが、そのうち木材の加工工作・木材乾燥・木材の試験を業務とする製造係の指導件数が最も少なかったのと対照的に、意匠図案係(意匠図案の調製や色彩形態の研究)と塗装

係(塗料・塗装法の試験・研究や木履加飾の研究試作、木材の着色・染色・漂白)が関係する技術相談や試験の件数が突出して多かった。前述した指導所の設立経緯からもわかるように、静岡産地に立ち遅れていた松永産地の加工技術や意匠図案研究の向上に最大限の努力と指導が注力されていたことが伺われよう。実際、指導所が取り組んできていた試験研究の内容をみると¹⁰⁰、1954年度には①「木履と意匠と色彩の研究」(意匠)、②「流行色と木履の色調の研究」(意匠)、③「木履の薬品着色の研究」(塗装)、④「尿素樹脂塗装の下地研究」(塗装)、⑤「変り塗り仕上法の研究」(塗装)、⑥「木履の加工と含水率の測定」(製造)、⑦「木履木地の人工乾燥」(製造)の7件であったが、1955年度には①「木履の形態について」(意匠)、②「流行色と木履の色調」(意匠)、③「紋様について」(意匠)、④「木工雑貨意匠の改善研究」(意匠)、⑤「木材漂白法の研究」(製造)、⑥「尿素樹脂塗装の下地研究」(塗装、継続)、⑦「変り塗り仕上法の研究」(塗装、継続)、⑧「シルクスクリーン印刷の木履加工への利用」(意匠)、⑨「腐食版の研究」(意匠)、⑩「モード木取法の研究」(意匠と製造)、⑪「木履生産に伴う廃材量とその利用状況」(製造)、⑫「木履使用材の屋外天然乾燥に関する研究」(製造)と12件に増えており、また2年間継続2件・新規17件のうち、意匠・塗装関係の研究が14件と圧倒的に重要な位置を占めていることがわかる。

ただし、注意しなければならないのは、遅ればせながら開始した指導所が産地下駄の意匠

¹⁰⁰『業務報告書』(1954年度、1955年度)広島県立木履指導所。括弧内は筆者による。

や加工技術を一定程度向上させているものの、同時期に静岡産地で急速に進展していたモード履に対する研究開発が1955年度から開始しており、なおその試験研究件数が上記の①・③・⑩のわずか3件にとどまっており、大幅に立ち遅れていたことである。たとえば、1955年度の試験研究報告書でも「静岡のモード履が予想外の売れ行きを示し、盛夏にはモード・ブームを現出した」こと、また「地方の業者も之に刺激され、モード生産を始めるものが次第に出来てきたのであるが、モード履きとしては、未だ結論は尚早である」と強調されているように¹⁰¹、モード履を「予想外の売れ行き」また「結論は尚早」ととらえていたことは研究指導側の市場流行や業界動向に対する研究不足と認識不足を如実に表しており、そのことは研究開発を大幅に遅らせ、また地元で開始しつつあったモード履生産の拡大を全力に推進できなかった最大の原因となったといえよう。

1955年時点では、松永産地におけるモード履の生産額は8.4千万円と産地生産額全体の5%程度に過ぎず¹⁰²、静岡とは歴然とした差があった。そうしたわずかのモード履に対する全国取引先の意見からも、モード履の研究における大幅な遅れが確認できる¹⁰³。たとえば、最大市場の近畿地方と九州地方ではそれぞれ、「モードは静岡に比較して、木質、柄ともに劣る。何時も流行におくれないように注意してほしい」（23%）、「モードは静岡及び日田の方が形が良い。また下駄、モード共に、型、柄も時代に即応するように研究されたい」（21%）、中部地方では「モードは静岡製品に比べて値段が少し安い位、塗・図柄共に劣る」（19%）、東北地方では、「モードは価格の割に加工が悪い。モードの柄は流行のため工夫がほしい」（14%）、とモード履の研究開発の遅れが全国各地で指摘されていたのである。

以上のように、松永産地では戦後復興期に急速な生産復興と生産拡大を遂げていくなかで、それを支える重要な条件として、①製造販売者のみならず、賃挽・賃仕上業や問屋など販売業者、加工業の集中的な創業・参入にともない産地規模が拡大したこと、②そうしたなかで、産地構造が戦前期以来の製造販売者を主体とする一貫工場制生産流通形態から製造販売業と販売業者を主な担い手とする多様な生産流通形態へと劇的に変化しつつも、製造業者・加工業者間、また販売業者間における協調的・有機的な関係の欠如を内包していたこと、③比較的早い時期から官民一体の加工や意匠の研究開発体制を推進する静岡産地に対する大きな危機感から出発して設置された広島県立木履指導所が従来の下駄の意匠や加工

¹⁰¹前掲『業務報告書』（1955年度）3～4頁。

¹⁰²前掲『松永木履の産地と市場』43頁。

¹⁰³前掲『松永木履の産地と市場』69～73頁。

技術を一定程度向上させているものの、静岡産地との産地間競争では、むしろ松永産地側の不当競争ともいわれる販売業者間の熾烈な価格競争が静岡産地を従来の下駄生産からモード履への急速な転換に追い込むなどして大きな競争力源泉ともなったこと、の3点が指摘できよう。

四、松永産地の業種転換：1950年代後半期～1960年代を中心に

周知の通り、1955年以降、日本経済は「高度経済成長」と呼ばれることになる高成長経済へと着実に歩み始めたが、一方、木製はきもの産業としての下駄産業と木製サンダル産業はほぼ同時期から相次いで生産規模の縮小に向かい、斜陽産業へと転落していくこととなった（第2節）。こうしたなかで、松永産地も例外ではなかった。かつて、大阪府立商工経済研究所による松永産地を対象とする調査報告書では、松永産地にとっての1950年代半ばを「下駄需要の総体的退潮を満身に浴びるというドラマチックなまでの転回点」とも位置付けていたように¹⁰⁴、松永産地の下駄生産足数が1955年に最高水準に到達して以降減少を続け、1960年代半ば頃には最盛期の3割程度にまで縮小したのである（第2節）。以下では、こうした1950年代半ばという「転回点」以降の松永産地における業種転換の実態について、その転換の在り方に甚大な影響を与えるであろう最大のライバルだった静岡産地の動向を踏まえながら、前節でも述べてきた、戦後復興期における業者間の協調的・有機的な関係の欠如や不当競争にも特徴づけられていた松永産地の産地構造の変化に注目して考察する。

（1）静岡産地の革新と新たな成長：木製履物からケミカルサンダルへの転換

ここで松永産地の業種転換に関する分析の前提として、静岡産地の状況について分析しておきたい。1950年代半ば以降の静岡県各種サンダル型履物出荷額の全国展開については前述したとおり、木製サンダル産業では、1950年代半ば頃から1960年代初頭にかけて一貫して全国首位の座にあった静岡県の出荷額自体が1950年代後半以降、急激な減少を辿っていったのと対照的に、合成樹脂はきもの産業では、静岡の出荷額が1960年に東京を凌駕し、全国トップに躍り出て以来、1970年に至っても全国トップの座に君臨し続けてきたにとどまらず、顕著な上昇傾向を示していたのである（表5）。かかる静岡県内サンダル型履物産業の劇的変化を牽引し続けてきている主要生産地域は、後述するように、静岡産地だっ

¹⁰⁴ 『松永産地の概要と松永下駄』大阪府立商工経済研究所、1968年、11頁。

たのである。

そうした静岡産地の具体的変化についてまず、松永産地側の視点から検討してみよう。日本銀行広島支店による『金融経済月報』の1956年5月分と1957年11月分ではそれぞれ静岡産地の動向について以下のように言及されている。

〔資料3〕¹⁰⁵

「当地（松永）木履業界は（イ）静岡のモードものに押されたこと、（ロ）地元の未経験販売業者が増加したこと、（ハ）弱小業者の乱売等が原因で昨年来不況に働いていたが、これが打開策として最有力団体である広島県木履協同組合では、来年度の重点を価格の安定に置くことを主眼に研究中のところ、この程市場部の新設を総会に於て決定した。これによって産地地場の標準価格を確立、地方販売価格の安定を図るとともに、市場不落品に対しては70%の滞貨融資を行うという思い切った対策を講ずることとなった。」（下線は筆者）

〔資料4〕¹⁰⁶

「最近は静岡方面のモード履、サンダル等の進出により売行不振で価格も軟調裡に推移しており、加うるに労賃が他の生産地に比し相当割高の事情もあって業況振わず、約3割の生産制限を実施中である。」（下線は筆者）

1956年と1957年における松永産地下駄販売不振の理由の1つとして、ともに静岡の「モードもの」もしくは「モード履」の進出が挙げられている。1950年代前半期に優位に働いていた松永産地側の価格競争力が高度成長始動期以降、急速に失われつつあるように見受けられよう。また、松永市産業経済委員会が1958年と1959年に相次いで市議会議長宛に下駄産業の振興を目的に作成した陳情報告書（資料5、6）では、静岡産地の革新と新たな成長に対する強い関心とともに、松永産地において高まる危機感が伺われる。

〔資料5〕¹⁰⁷

「本市（松永市）の木履産業と並んで絶えず先駆を競っていた静岡市における木履産業も時代の趨勢と業界の競争激化のあおりを受けて漸く企業転換の気運が昂まり一昨年来より、市の指導機関並に業界との間において何十回となくこの問題が討議され研究が重ねられた

¹⁰⁵ 「木履」『金融経済月報』（1956年5月分）日本銀行広島支店。

¹⁰⁶ 「木履」『管内金融経済事情』（1957年11月分）日本銀行広島支店。

¹⁰⁷ 「陳情視察報告書」（1958年10月15日付産経常任委員長松尾惣一・同副委員長佐藤功・委員割鞘力等発松永市議会議長小林義衛宛）『委員会等報告書綴』（昭和33年）松永市役所議会事務局。

結果究極において特産的なものよりか、今日の時代が要求する所謂売れる商品の生産え企業転換を図り併せて現在迄の生産技術を生しつつ、市場獲得の上に立って最小の犠牲をもって最大の効果を掲げることに目標が置かれた。そこで履物の分■において企業転換する方針が定められた訳である。そこで現代最も流行し、然も消費者の近代的感覚と需要の充足感を与えるケミカルシューズの生産に専ら主力が注がれたもので業者自体も全く真剣そのもので、見本を買って来てはそれを分解して製法その他について涙ぐましい研究が重ねられる一方、市の補助によって神戸から技術者を半年間雇って実地の講習会を開き、専ら製作技術の修得に努めた。このようにして技術者の養成をするとともに、生産えの自信を深め、ここに企業転換の機運が熟すると同時に転換資金の融資並に斡旋について市は勿論のこと、県の協力を得て最大の援助措置を講じた。」(括弧内、下線は筆者)

[資料 5] は松永市議会産業経済委員会が 1958 年 10 月に東京と静岡市における現地視察を踏まえて作成した陳情報告であるが、そこでは、松永と同様に下駄産地として知られていた静岡産地が、従来の下駄から「ケミカルシューズ」(ケミカルサンダルまたはヘップサンダル)への製品転換を官民一体で急速に進展させてきた様子が伝えられている。

[資料 6] 108

「東京物産斡旋所に於て、本市の最も主要な産業である木履の動向について調査した結果、東京都を中心とした木履の取引状況は、本年四月に開催した本市木履見本市の成果もあって、平年に比較して一割程度の進出を見ている。しかしながら、近年ヘップサンダル、或はビニール製ケミカルシューズの急激な進出に伴って、全般的に見て下駄の需要は伸び悩みの状況である。次に木履の販路拡張方について積極的協力方を斡旋所当局に懇請したところ「出来るだけ松永産下駄の販売には協力ませう」との間屋筋よりの回答であった。そのことはビニール製品に相当押されつつあることを裏書きする言であるとも予測できるものである。又、古来よりある形のものは、いつの時代においても残るけれども、その消費量は年々減少し、それによって新しいデザインのもが進出しており、その量は現在では全生産量の約三分に値するもので、少なくともビニール製品に対抗して木履の伸長を図るためには、今少し創意工夫を施して時代感覚に満ちたものを考案しなくてはならないことを認識した。更に装飾の関係についても研究の余地が充分あるものと思われる。」(括弧内、下線は

108 「陳情視察報告書」(1959年11月30日付産経常任委員長松尾惣一・同副委員長佐藤功・委員割鞆力等発松永市議会議長小林義衛宛)前掲『委員会等報告書綴』。

筆者)

前年に引き続き、1959年11月に東京都広島県物産斡旋所を視察した松永市議会産業経済委員会が作成した陳情書では、静岡の地名が明確に言及されていないものの、陳情書の作成者が前年度と同様であることから、東京市場における松永下駄販売不振の原因となる「近年ヘップサンダル、或いはビニール製ケミカルシューズの急激な進出」とされている地域が静岡であったことは明らかであろう。

このように、松永産地では静岡産地（静岡市）の動向が戦後復興期から一貫して最大の関心事として注目されてきているが、そのなかで、静岡産地におけるモード履とヘップサンダルの存在、また後者のヘップサンダルが主力製品として市場への急激な進出を遂げていたことが1950年代後半期における松永産地の下駄販売不振をもたらした最大の要因として強調されている。こうした松永産地側からみた静岡産地の主力製品をめぐる動きは前述した静岡県内各種サンダル型履物の動向と完全に一致しており、このことから、1950年代前半期に従来の下駄からモード履への急速な転換を遂げてきた静岡産地では1950年代後半期以降、さらにモード履からケミカルを原材料とする新たな履物としてのヘップサンダルへの新たな転換が急速に進められていたことがわかる。

では、静岡産地では1950年代後半期以降、いかなる条件のもとでケミカルサンダルもしくはヘップサンダル産地への転換がなされたのであろうか。この問いを明らかにすることで、後述する松永産地の同時期における業種転換の特徴がより浮き彫りになると考えたためである。まず、業種転換の状況について1968年時点の静岡サンダル工業協同組合（1962年設立）加入企業の転業状況と1971年に東京通商産業局が調査した静岡サンダル産地の転業状況に関する調査資料で確認してみよう。前者の資料では、1968年時点の静岡サンダル工業協同組合名簿に加入企業の下駄からヘップサンダルへの転業時期が記入されている¹⁰⁹。それによると、組合員96社のうち、転業時期が判明される71社の転業時期については、具体的には1955年に2社、1956年に5社、1957年に13社、1958年に16社、1959年に12社、1960年に11社、1961年・62年に各5社、1963年に2社となっているように、全体の73%に相当する52社の転業時期が1957～60年に集中していたのである。また、後者の資料では、1971年時点の静岡サンダル業者80社が調査対象となっているが¹¹⁰、そのう

¹⁰⁹ 「静岡サンダル工業協同組合名簿」前掲『静岡履物史』680～722頁。

¹¹⁰ 『昭和46年度モデル調査報告書：静岡サンダル』東京通商産業局、1971年、17頁。

ち転業状況が判明される72社の転業状況については、下駄または木製サンダルからヘップサンダルへ転業した企業数が64社で全体72社の9割弱を占めており、またその転業時期については1955年以前にわずか4社、1956～60年に55社、1961～65年に4社、1966～88年に1社であったように、1968年時点の転業状況と同様に、1950年代の後半期における転業の集中度合いが突出して高かったのである。

ヘップサンダルは前述したとおり、オードリー・ヘップバーンが映画の中で履いていたサンダルから東京の履物業者がヒントを得て名付けたものであったことから、その生産は1950年代半ば頃においては、ビニールシューズ型の神戸・大阪に対して、「東京独走の感があった」ともいわれていた¹¹¹。その一端は表5にも示されている。こうしたヘップサンダルの「東京独走」に挑んだのは静岡産地であった。

静岡産地では前述したように、木製サンダル（モード履）製造には従来の鼻緒の代わりにビニールを応用したビニールバンドが使用されていたほかに、「とも柄バンド付サンダル」に代表される、「木製サンダルをビニールで被覆し、台の横にビニールのバンドを打ち付けた、いわゆる「カブセ」という製法」による新製品も1956年頃にみられていたが¹¹²、ビニールを原材料とするビニールサンダルの生産の本格化は、1957年以降の神戸からの技術習得と官民一体の研究開発を待たなければならなかった。ちなみに、その本格化に拍車をかけたのは、1956～57年に「ハゲや亀裂」を原因とする「塗下駄、塗モード履などの大量返品」という事態が惹起されて、全市内の多くの業者が打撃を受け¹¹³たことであった¹¹³。静岡県工業試験場と静岡市工芸指導所では全国から塗料メーカー25社から塗料見本の提供を受けて試験審査を行ったが、決定的な解決策が見出せずにいたのである。

前掲した〔資料5〕でも「神戸から技術者を半年間雇って実地の講習会を開き、専ら製作技術の修得に努めた」と指摘されているが、その技術者は神戸のメトロ工業所の縫製技師波部次郎（1910～62年）であった¹¹⁴。ちなみに、波部次郎は兵庫県多紀郡丹南町生まれで、中卒後から神戸の「世界長、スカルゴム工業所技師など」での長い勤務経験をもつ技術者であった。講習期間終了後も「神戸業界から裏切者との批判が多いこと」から帰郷できずに

¹¹¹前掲『東京都ヘップサンダル製造業実態調査』9頁。

¹¹²前掲『静岡履物史』208頁。

¹¹³前掲『静岡履物史』220～221頁、230頁。返品損害は1957年4月～5月の短期間で1億円以上にも上るともいわれている「静岡塗モード返品で業界苦境に立つ」（『日本履物新聞』1957年6月21日）。

¹¹⁴前掲『静岡履物史』229～233頁。以下も同様。

静岡で余生を送ることとなったが、静岡産地では、波部の死後に「静岡サンダル業草創にさいし、技術を手ほどきして、業界発展のいと口をつけてくれた功績は大きなものがある」と大きく讃えていたのである。夫人ふじゑも「スターゴムの技師」だったことから、1957年春に静岡の業者からの懇請を受けて夫妻ともに指導に当たったが、その指導体制は、静岡塗下駄商工業協同組合・静岡中央塗下駄商工業協同組合・静岡下駄生地工業協同組合・静岡特産塗下駄商業協同組合・静岡県商工部・静岡市・静岡市工芸指導所・静岡県工業試験場から構成されるケミカルサンダル講習会運営委員会の主導のもとで、波部次郎を指導技術者として、静岡市工芸指導所を会場に1957年8月から1958年2月末にかけて集中的に行われていた。県・市の助成にとどまらず、製造問屋を中心とした業者団体間の協調体制のもとで推進されていたところに指導体制の最大の特徴があろう。

技術指導体制と並んで重要な条件として注目すべきは、接着剤の研究開発とその製造・供給体制の整備であった¹¹⁵。接着剤の研究開発は静岡市工芸指導所で技術係長金田諒三や高橋鉄秋などにより進められており、1957年4月頃、「合成ゴム・ネオプレンによる特別の製法試験に成果をあげ、市販にない強力接着剤」の開発に成功するに至った。その成功を受けて市工芸指導所は「KS ダイン」と命名して接着剤の製造とサンダル製造業者への供給を目的に、サンダル製造業者を中心とする「KS ダイン運営委員会」を組織し、それに生産委託することとなった。その背景には、接着剤の使用増加にともなう指導所における生産の限界があった。接着剤の本格的生産は、1958年3月にKS ダイン運営委員会を母体に設立された静岡ケミカル履物工業協同組合が共同施設として接着剤製造工場を建設した4月1日以降であった。60^{キロ}、100^{キロ} 1台の攪拌機で日産500～600^{キロ}の接着剤の製造からスタートするとともに、「中小企業振興資金等助成法」に基づく県貸付制度を利用して生産設備や製品倉庫共同作業場、さらに研究室の試験設備の増強を積極的に図っていた。その結果、1958年に1,993万円だった接着剤の生産額は1962年に1.07億円と1億円を突破するに至った。かかる接着剤の存在については、のちの1969年の通商産業省雑貨局による『サンダル製造業実態調査報告書』では、「静岡の組合が自己開発し、安く組合員に供給していること」が静岡のサンダルを支える重要な条件として注目されていたのである¹¹⁶。

さらに、1955年7月に鏡台家具業界や履物業界を中心とする12団体500余員の会員から組織された民間組織としての静岡市考案保護審議会が業界の発展や競争力の向上に果た

¹¹⁵前掲『静岡履物史』234～237頁。以下も同様。

¹¹⁶『サンダル製造業実態調査報告書』通商産業省雑貨局、1969年、235頁。

した役割も注目されなければならない¹¹⁷。設立当初の12団体は具体的には、静岡塗下駄商工業協同組合、静岡中央塗下駄商工業協同組合、静岡特産塗下駄商工業協同組合、静岡下駄生地工業協同組合、静岡木履工業協同組合、静岡県蒔絵工業協同組合、静岡鏡台家具商工業協同組合、静岡鏡台生産商工業協同組合、静岡鏡台家具商工業協同組合、静岡文商会、静岡輸出漆器商工業協同組合、静岡金属工業会であった¹¹⁸。その組織は第1分科委員会「鏡台家具」、第2分科委員会「履物」、第3分科委員会「輸出漆器、木製貿易品、竹器」、第4分科委員会「文具、雛具、金属、玩具、その他」から構成されているが、そのうち履物関連の団体数は最多で6団体にも上っている。12団体からスタートした考案保護審議会はわずか1年で「加入団体26組合1400余名を数えるに至り、本市特産木漆業を網羅した組織に飛躍」していったのである¹¹⁹。

静岡市考案保護審議会は業界団体を中心に「伝統の特技を活かし新時代の要請に適應する斬新な独創的考案の機会を促進すると同時に工業所有権を確立することが業界の危機存亡を救う道と確信」して自発的に組織された点で画期的であったといえよう¹²⁰。1958年に出された審議会設立1周年記念誌における寄稿では、特許庁意匠課長高田忠は審議会の成果について、①意匠盗用の防止効果、②よい意匠即ちよく売れる意匠の創出効果、③許される模倣の限界に対する認知の向上による係争の減少、の3点を挙げて審議会の活動に高い評価を与えていたのである¹²¹。実際、審議会では、4分科委員会の各組合から選出された審査委員が各委員会において静岡市工芸指導所の指導のもとで申請考案に対する厳密な審査を行い、「保護すべき品名」に「登録番号」を付与することとどまらず、会員間の周知を目的とする会報の発行や意匠に関する基礎知識の普及を目的とする特許庁などによる意匠法などの講話会開催、さらに「他産地の対抗」を目的とする「優秀考案に対する褒賞又は買上げ」による業界への有償使用供与ともなう業界振興に活発に取り組んでいる¹²²。

¹¹⁷ 『設立1ヶ年の歩み』静岡市考案保護審議会、1957年、7頁。静岡特産工業協会所蔵。以下も同様。

¹¹⁸ 『考案年鑑』第2号、静岡市考案保護審議会、1958年。

¹¹⁹ 前掲『設立1ヶ年の歩み』7頁。

¹²⁰ 前掲『設立1ヶ年の歩み』7頁。

¹²¹ 高田忠「考案保護審議会の効果について」前掲『設立1ヶ年の歩み』。

¹²² 「創立1ヶ年の回顧」前掲『設立1ヶ年の歩み』7～8頁。前掲『考案年鑑』第2号。

ちなみに、1957年度の審議会審査員として参加した市工芸指導所職員は計16名であった（前掲『考案年鑑』第2号、82頁）。会報は頻繁に発行されているとされているが、確認できなかった。年1度の『考案年鑑』では、80頁にもものぼる「考案の紹介」があり、そこには、申請月日・登録月日・申請番号・登録番号・考案人・所在地・品名・保護範囲（写真や図面の貼付）が詳細に記載されている。

その活発な活動の一端は設立以来の審査状況から伺われよう。審査件数は1955年度（1955年9月13日～1956年9月30日）・1956年度（1956年10月1日～57年9月30日）・1957年度（1957年10月18日～1958年12月19日）・1959年度（1959年1月1日～1959年12月31日）にそれぞれ100件・148件・310件・180件であったが、審査をへて認定された認定登録件数は53件・77件・168件・95件であり、それ以外は却下や保留、取り下げとなっているように、厳密な審査が行われていたことがわかる¹²³。

履物関連の登録件数は当該期に各種サンダル関連の25件が確認されているが、そのうち、登録件数が突出して多かったのは赤堀末一（6件）、種本勇二（4軒）、山梨久吉（3件）であった¹²⁴。赤堀と山梨は（株）赤堀商店と山梨工業（株）の社長、種本は大松工業（株）の専務であり、また静岡サンダル工業協同組合にも加入している3社は1956～58年に順次下駄製造問屋からケミカルサンダルに転業した早期転業組として、それぞれ「サロン」・「富士Q」・「ダイヤモンド」の自社ブランド製品を製造販売している¹²⁵。たとえば、赤堀の「とも柄バンド付サンダル」（登録番号50）、山梨を筆頭に開発された「履物におけるバンド止め金具」（登録番号179）はいずれも「モード履の生産地」としての静岡を牽引してきた代表的な製品であったにとどまらず、その権利が静岡市考案保護審議会に無償で譲渡され、静岡業界に解放されていた¹²⁶。また山梨が静岡高周波ウエルダー組合（1957年4月設立）の理事長として取り組んだ高周波ウエルダー加工による「履物の製法」（特願昭34-39795）、またそれに基づき開発された「履物用甲板の高周波成型に使用治具」（登録番号366）と「履物用バンドの高周波成型に使用治具」（登録番号368）はいずれもケミカルサンダル業界の発展への貢献が甚大であったとされている¹²⁷。

以上のような県・市の指導機関と製造問屋を中心とする業界団体との官民一体ともいべき協調的・有機的關係のもとで、下駄・木製サンダル産地からケミカルサンダル産地へと大きく変貌した静岡産地は1960年にそれまで「独走」状態にあった東京を追い抜き、全国トップ産地として君臨するようになった。

静岡産地の産地構造の特徴として東京産地と対比して、①「企業規模が比較的大きいこと」、②「外注利用の工場であっても外注依存の度合いが低いこと」、③「工場制生産の形態

¹²³ 『考案年鑑』（第2～4号）、1958年～60年。

¹²⁴ 前掲『考案年鑑』（第2～4号）。

¹²⁵ 「躍進する静岡履物業界事業所名鑑」前掲『静岡履物史』682頁、691頁、695頁。

¹²⁶ 前掲『静岡履物史』191頁、215頁。

¹²⁷ 前掲『静岡履物史』213～219頁。

をとっていることから従業員数が多いこと」、④「機械設備が東京と違って多いこと」、の4点が指摘されている¹²⁸。鼻緒や草履業者を中心にサンダル生産への転換にともない形成された東京サンダル産地が「古い生産機構」ともいわれる以前の鼻緒や草履産業を支える問屋制または分散型生産組織の上で成り立っており、それと対照的に、静岡産地では前述したように、製造問屋が行政機関の指導の下で率先して生産設備を導入するなどして業種転換の牽引役として産地内また県・市で大いに期待されていたことがあったと考えられよう。実際、『日本履物新聞』では¹²⁹、「流れ作業による大量生産方式を採用し、従来問屋形態を全面的に切り換えた」ともいわれる「一貫生産」方式が「効果的に技術を修得」し、また「先進地に対抗してコストを引き下げること」につながったと積極的に評価する一方、「最近人手不足が深刻で、特に若い女子従業員の確保が難しく大量注文に即座に応ずることができなくなってきた」こと、また「ケミカルは流行が激しくて当たり外れが大きく、計画的な工場操業ができていない」ことがしだいに顕在化したことを背景に、「縫製、切断、高周波接着、のり付け、スポンジ底張りなど各工程を廃止、または縮小し、外注加工を多くして工場での生産過程を単純化する業者がふえている」とも指摘されていた。つまり、「一貫生産」方式がキャッチアップ段階の一時的な現象にすぎず、ケミカルサンダル産地としての確立また業界を取り巻く環境の変化が進む1960年代初頭以降、再び製造問屋を中心とする問屋制若しくは分散型生産組織へと急速に回帰していったといえよう¹³⁰。こうしたフレキシブルな産地構造は静岡産地の強みの1つとしても注目されなければならない。

一方、産地の業種転換にともない、1958年に700軒もあった下駄業者数は1962年に383軒へと激減したものの、生産額は1958年の40億円から1960年に20億円と半減した後、1961年に23億円、1962年に28億円と回復基調を辿り始めたのである¹³¹。その背景には、産地下駄の高級化路線の推進があったと考えられる。実際、1950年代までライバルでもあった松永産地側では、1960年代初頭～1960年代後半期の業種転換

¹²⁸前掲『東京都ヘップサンダル製造業実態調査』29頁。

¹²⁹「静岡ケミカル危険分散に工程縮小し問屋制へ」『日本履物新聞』1962年5月25日。

¹³⁰1969年の通商産業省繊維雑貨局のサンダル製造主要産地（東京・静岡・大阪・奈良を中心とする10産地）に対する調査結果によると、静岡のサンダル下請工場数が東京・大阪・奈良の77社・151社・49社に対して461社、また静岡のサンダル業者1社当たり下請工場数が東京・大阪・奈良の5.9社・4.7社・6.1社に対して14.4社、さらに静岡の1下請工場当たり従業員数が東京・大阪・奈良の10.2人・4.3人・5.3人に対して2.3人であった（前掲『サンダル製造業実態調査報告書』90頁）。

¹³¹前掲『静岡履物史』322～323頁。

模索段階において、「松永ゲタは静岡の高級キリゲタ、九州の実用マツゲタより打撃を直接的に受けている。『強くて安い』が看板で売れた松永ゲタが、いまはそれゆえに不振をかこつとは皮肉なめぐりあわせというほかない」¹³²、また「全国的にみた下駄の著名産地は松永のほか、静岡、栃木、名古屋、徳島、日田（大分県）などで、就中静岡市はかつて西の松永に対する東の静岡と並び称された。静岡市の最近使用原木はキリ70%といわれ、また栃木ではヒノキ60%とされており、両産地の高級品指向、松永中級品生産継続が特質となっている」¹³³と静岡下駄の変化にともなう松永下駄の苦境が伝えられてきている。

1951年度に9500万足・38億円だった静岡下駄の生産高の製品別内訳をみると、塗下駄が4800万足・20億円、焼下駄が4300万足・15億円、桐下駄が400万足・3.2億円であったが¹³⁴、1962年度になると、雑木下駄が8億円、桐下駄が20億円であったことを合わせて考えると¹³⁵、静岡産地における下駄生産が1960年代初頭以降、高級品の桐下駄への移行にともない復調を辿り始めたことが読み取れよう。ただし、その生産高は前掲の表5にも示されている同時期の下駄出荷額と大きく乖離していると思受けられるが、それは1960年代の産地では、下駄生地他県からの大量移入¹³⁶とその生地下駄に対する蒔絵や彫などの様々な加工を通じた高付加価値化が行われていたためと考えられる。

後者の産地内の取り組みは1959年から本格化しはじめた。同年6月に「伝統ある下駄産業の振興策を実勢し、木履業者の繁栄を期し、これに従う業者の営業の安定を図る」ことを目的に、前述した1951年に設立された静岡塗下駄商工協同組合連合会にも所属する93軒の下駄業者からなる「連合会木履部会」が自発的に組織された¹³⁷。生産業者や加工業者、製造問屋の協力体制のもとで需要宣伝のためのポスター配布のほかに、ヒット商品ともなった「新カリプソ履、ソフト右近履」などの新製品開発も行われていたことから、「連合会木履部会」が1961年7月に「静岡木製はきもの商工業協同組合」の結成へとさらに成長していった¹³⁸。当該組合の主な活動は「趣味嗜好はきものとして、加工、加飾下駄の需要を開拓」

¹³² 「ゲタ松永、産地は生きている」『東洋履物新聞』1964年2月25日。

¹³³ 前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』5頁。

¹³⁴ 前掲静岡大文理学部経済学研究会編『静岡下駄産業を守るために』16頁。

¹³⁵ 前掲『静岡履物史』322頁。

¹³⁶ 前掲『静岡履物史』322頁。

¹³⁷ 前掲『静岡履物史』227～228頁。

¹³⁸ 前掲『静岡履物史』318～321頁。以下も同様。

戦後松永下駄産地の生産拡大と業種転換：1950～60年代を中心に

することに重点的に置かれており、そのための新製品開発を目的に、関連の下職組合団体や製造問屋、静岡市工芸指導所とともに1965年に「静岡木製はきもの総合研究会」が結成されるに至った。総合研究会が静岡木製はきもの商工業協同組合・静岡桐下駄振興会・静岡塗下駄工業組合・静岡県蒔絵工業協同組合・静岡疋張加工組合・静岡彫刻業組合から構成されていることからわかるように、まさに官民一体の協調的・有機的関係の産物であったといえよう。

（2）松永産地の業種転換：下駄からの脱却を目指して

前述したように、松永産地は下駄生産の最高水準に到達した1950年代半ばにおいて、同時に「下駄需要の総体的退潮を満身に浴びるというドラマチックなまでの転回点」を迎えて以降、生産規模の縮小過程を歩むこととなったが、そうしたなかで、産業振興や業種転換を喫緊の課題に、松永産地では、躍進を続ける静岡産地に再び注視しはじめた。ただし、その後の業種転換は、静岡産地とは対照的な特徴を呈していくこととなったのである。

① 松永産地の構造的不況

松永市では「例年、下駄業者の市民税は納税額の約4割、1千万円にのぼっていたが、今年は2割弱の400万円程度だ」と1957年9月の中国新聞でも報じられていたように、下駄産業の不況が「“80年のノレン”ゲタの町松永」地域経済に深刻な影響を与えていた¹³⁹。こうした松永産地の苦境はすでに「転回点」といわれる1955年から顕在化し始めていた。たとえば、1955年に「中級工場が8つも倒産のうき目をみ」ており¹⁴⁰、また1956年になっても「昨年の業者倒産以来未だに不況の域を脱しきれず」と問題視されてきていた¹⁴¹。さらに、1958年には「問屋6軒が閉鎖、同年のはきもの組合からの脱退は20企業」、「つづいて34年（1959年）には4企業、35年（1960年）には再び20企業が脱退」したとも伝えられている¹⁴²。

前掲した〔資料5〕と〔資料6〕にも示されている、松永市産業経済委員会による陳情書は、前述したような松永産地の苦境にとどまらず、地域経済における下駄産業がもつプレゼ

¹³⁹ 「傾く、“80年のノレン”ゲタの町松永の表情」『中国新聞』1957年9月23日。

¹⁴⁰ 「松永の木履」『金融経済月報』（1956年9月18日）日本銀行広島支店。ほかに「広島県木履協同組合第10期事業報告書」でも倒産が言及されている（1955年4月1日～1956年3月31日）『昭和30年度事業報告及び収支決算書』広島県はきもの協同組合所蔵。

¹⁴¹ 前掲「松永の木履」『金融経済月報』。

¹⁴² 前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』23頁。

ンスの大きさを直接に反映させているものともいえよう。その真なる目的は、前掲の〔資料 5〕の続きの部分となる下記の〔資料 7〕から伺える¹⁴³。

〔資料 7〕

「確立された市の指導機関の下において従事する職員の旺盛な研究心とそれにも増した業界の意欲とが相俟って生産から販売に至る迄能くその行政が行届いており、このことが即ち、今日の業績をもたらしている所以であると思う。更に中小企業者の生きる道は共存共栄の実を結ぶことであり、業者の団結した力によってのみ、その発展が約されるもので抜がけの利潤の追求を競うところに業界の発展は決して望まれないことを強く銘肝した次第である。この点についても静岡の業者は確に目覚めており、静岡中央履物商工業協同組合を中心に全業者がこれに加入して統制ある企業の躍進を図っている。

…（中略）…このことはとりもなおさず本市の産業振興策並に業界の刷新策等についても大きな示唆を与えており学びとらなければならぬ幾多の問題が包含され、更に又行政の中に強く盛り込まれなければならぬ重要な課題を提起していることを附言するものである。」

陳情書では、静岡産地の躍進を支える条件として、研究熱心な指導機関、指導機関と業者との協力関係、さらに業者間の「共存共栄」意識や「団結した力」にみられる協調的關係の存在、などに注目すると同時に、そうした静岡産地と対比して「抜がけの利潤の追求を競うところに業界の発展は決して望まれない」（〔資料 7〕）として松永産地業者に警鐘を鳴らしている。こうした指摘は、1950年代前半期の産地間競争において有利に働いていた産地業者間間の不当競争が1950年代半ば以降には松永産地の生産流通にも深刻な問題をもたらし、構造的不況を引き起こしていたという認識を念頭に発言されたものであると考えられる。

実際、1958年2月に広島県商工部商工指導課により実施された『松永木履の産地診断報告書』では、産地診断にも参加していた工業技術院産業工芸試験所指導部長（元通商産業省木製品課課長）の藤井左内は、以下のような「松永を見ての所感」を述べている¹⁴⁴。

〔資料 8〕

「企業の実体は、兼ねて聞く通り、大きかった。道材を丸太でつぶす程の木履業の大きさに、林業試験所の木材部長が驚嘆したのも無理からぬことと思います。この松永診断に関して対策も多々あること乍ら、私は最も緊急且大きな事柄として、焦点を絞って行けば、販売の

¹⁴³前掲「陳情視察報告書」（1958年10月15日付）。

¹⁴⁴前掲『松永木履の産地診断報告書』7頁。以下も同様。

問題に集約できるのではないかと思いました。それは、松永の弱点は、規模の大きさに比し、共同体勢の小さいことであり、生産の面では各企業の自主的な力で相当な処まで行っているとしても、販売の面ではお互いに競合し、相殺することはあっても、決してプラスの力になっていない。産地として最大の弱点であるとみたからです。」

自立的な生産体制と対照的な「競合」的販売体制が松永産地の「最大の弱点」として認識されている。また、同産地診断書は、さらに松永産地に潜む具体的な問題点を以下のように、鋭く指摘している。

〔資料 9〕

「地区内競争を地区外産地との競争、競争力の強化にむけられないか、価格の維持も図柄の研究も流行の造成も、産地的な一大勢力を形成しなければならないことである。客観的にみれば、明らかに松永は木履の産地である。集落産業にはちがいない。しかし地域内に入ってみれば、只木履工場があり木履が動いているだけで主観的に何等産地ではない。森はあるが、之を結合する何物もないから、木、木が見えるだけである。自由競争、それは過度競争（地区内）で興亡するものなら何も何処へも尻をもって行くところはない。天命であると思はなければならぬ自らの至らぬこと、不明をあきらめる外はない。淋しくともそれしかない。個人企業の合理化、競争力の強化は勿論第一義的のものであるが、今日では産地的合理化の方が優先すると思う。」

産地業者間を「結合する何物もない」「地区内競争」、「過度競争」に否定的な見解が示されると同時に、「価格の維持」や「図柄の研究」、「流行の造成」などにおいては産地内協調体制が必要不可欠であると強調されている。以下では、産地業者間の不当競争や過度競争をもたらす要因の解明を目的に、1950年代半ば以降、松永産地を悩ませ続けていた「価格の維持」の問題と図柄や流行に関わるデザイン考案の問題に注目したい。

まず第 1 に、〔資料 7〕でも松永市産業経済委員会に指摘されていた「抜けがけの利潤の追求」とも通底する「価格の維持」の問題である。1955年9月の日本銀行広島支店の「金融経済月報」では¹⁴⁵、「売行の伸びは、年々鈍化の傾向にあり、頭打ちの気配が濃厚である」なか、「価格も盆需要最盛期に於ても、殆んど3、4月の閑散期に値下げした儘の状態を続

¹⁴⁵ 「木履、不況対策に苦慮か」『金融経済月報』（1955年9月分）。

けている」と伝えられている。また同年末になっても¹⁴⁶、「値段は今春来冴えず、1足45円（しな材女物）と昨年末の1割安であり、採算も1足当り利潤3円程度と芳ばしくない」状況が続いている。

前掲の〔資料3〕でも言及されているが、広島県木履協同組合では1956年5月に、産地価格の安定対策として「市場部の新設」が決定された。そこで具体的に市場部で出品商品に入札をさせ、その「入札価格が運営委員会の定めた最低価格に達しないときは、落札できず、この場合出品者に対しては、希望によりその物品に対し融資を行うことができる」仕組みとなっている¹⁴⁷。その目的は、「従来季節的閑散期に資金的に困窮した業者で問屋筋から買い叩かれ乱売していたものが、売り急ぎを自制するようになり、且又、融資は組合員に限定されているため、アウトサイダーも自然本組合に加入を余儀なくされ、今日まで業界で最も緊要とされていた大同団結を図ろうという一石二鳥の効果を狙った」とされているように、市場部への出品・入札と組合融資の組み合わせにより価格の安定が図られることとなった。しかし、「市場部」として6月に開設された「松永木履市場部」が「7月以降閉鎖されたままとなって」おり、その後、「生地（下駄の半製品）業者のみで結成された松永地方生地木履組合」が主催する「新市場部を開き、価格の安定維持を図ることになった」と伝えられていたように¹⁴⁸、実質、広島県木履協同組合の総力を挙げた「市場部」が頓挫し、その構想が協同組合の一下部組織である生地組合による「新市場部」に引き継がれることとなった。後述するように、1957年に広島県木履協同組合では「販売専門委員会」が設置されたことを考えると、「新市場部」も有名無実であったと考えられる。

「販売専門委員会」は、「“松永同志”のみにくい競争」の回避を目的に、広島県木履協同組合により1957年に設置されたが¹⁴⁹、そこで「外交員を10人ずつ会合させ、グループ活動で心得の徹底や外交員同士の協調精神を育て、まずそのワク内で無用な競争をやめさせるよう運動に乗り出している」ほか、「ゲタの等級別の責任販売を奨励」することになっている。詳細な活動は不明であるが、「県木履協組、加工連盟、問屋組合のいずれかに加入している業者は全体の約半数、52%は未加入」で「これをどのようにまとめるかが1つの課題」とされているように、広島県木履協同組合のみでは「無用な競争をやめさせる」ことは

¹⁴⁶「木履、正月用の売行好調なるも、今後は需要頭打か」『金融経済月報』（1955年12月分）。

¹⁴⁷前掲「木履」『金融経済月報』（1956年5月分）。

¹⁴⁸「木履」『金融経済月報』（1956年11月分）。

¹⁴⁹前掲「傾く、“80年のノレン”ゲタの町松永の表情」

至難の業と言えよう。

こうした経緯から、1958年1月に広島県木履協同組合（組合員119業者）は「業界の懸案である価格調整や不況時の操業時間とりきめ、販売の“交通整理”などで、業界の結束が一層強まること」を目的に¹⁵⁰、産地問屋80業者を有する「備後木履商工業協同組合と合体し業界組織を一本化」することとなった¹⁵¹。こうして、一体となった業界団体としての広島県木履協同組合では同年5月に、「価格の安定策」として「各種製品に最低値を決め、これを絶対厳守にすること」、「これが実行を厳守するため組合内に価格特別委員会を置き、一人一人の業者に訴えて価格の値下り防止を図る」ことが打ち出されることとなった¹⁵²。

しかし、そうした産地価格の安定化対策については、1959年度の広島県木履協同組合事業報告書によると¹⁵³、「組合は屢々価格の協定を行い、業者の自粛自戒を求め、そのため役員会、全員協議会等20数回に及び、価格の安定と採算点維持に努めましたが、遺憾ながら期待する成果を納め」ること

はできなかつた。

そのため、1960年11月に広島県木履協同組合は「静岡、栃木、徳島に呼びかけ、静岡市に於いて対策協議会を開き、情報交換を行い、全国一斉値上げを申合せ」¹⁵⁴、その後、1961年5月に「全国木製はきもの業組合連合会の創立並びに全国業者大会を開催し、全国一斉の値上げを実施した」¹⁵⁵。それでも同時期に「協定価格実施はつぶれた」とされ、また今後の見通しについては「他産業への転換がめだち、再起は不可能」との見方まで提示されるようになっていたのである¹⁵⁶。

このように、価格の安定化対策が次々と打ち出されていたものの、価格の不安定化の問題が1960年代初頭に至っても大きく改善されることはなかつた。表16は、松永産地における代表的な製品とされる男物押目と女物押目の卸売単価推

表16 松永下駄卸売単価の推移

	(単位:円)	
	男物押目	女物押目
1957年7月	64	49
1957年8月	64	49
1957年9月	64	49
1958年4月	58	43
1958年5月	58	49
1958年6月	57	49
1958年7月	57	42
1958年8月	56～57	41～42
1958年9月	56～57	41～42
1959年4月	58	43
1959年5月	58	43
1959年6月	58	43
1959年7月	57	43
1959年8月	57	41
1959年9月	57	41
1959年10月	57	40.5
1959年11月	57	40
1959年12月	57	40
1960年1～7月	58	43
1960年8～9月	57	41
1960年10月	…	40.5
1960年11～12月	…	40

出所)『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題』大阪府立商工経済研究所、1968年、25頁。『松永木履工業調査報告書』広島県商工部、1961年3月、2頁。

¹⁵⁰ 「来年早々合併へ」『中国新聞』1957年12月23日。

¹⁵¹ 『広島県木履協同組合第12期事業報告書』（1957年4月1日至1958年3月31日）。

¹⁵² 「松永下駄業界、値下、乱売防止に」『日本履物新聞』1958年5月13日。

¹⁵³ 『広島県木履協同組合第14期事業報告書』（1959年4月1日至1960年3月31日）。

¹⁵⁴ 『広島県木履協同組合第15期事業報告書』（1960年4月1日至1961年3月31日）。

¹⁵⁵ 『広島県木履協同組合第16期事業報告書』（1961年4月1日至1962年3月31日）。

¹⁵⁶ 「木履：再起の見通したたず」『中国新聞』1961年5月13日。

移であるが、1957年夏から1960年にかけて、単価がほぼ一貫して低下傾向にあったのである。

第2に、デザイン考案の問題である。広島県立木履指導所は設立翌年の1954年3月にいち早く「当所事業と業界との連けいを密接にし、その円滑適切な運営を計る為に」「指導所運営協議会」を立ち上げていたが、その活動は1958年5月2日の1958年度第1回会議を皮切りに本格化したと考えられる¹⁵⁷。同年の構成委員は広島県木履業振興会・松永加工連盟・府中家具工業協同組合・広島県木履協同組合・備後木履工業協同組合・松永家具研究会・松永市商工会議所・広島県立福山工業高等学校・広島県中小企業等協同組合・松永市産業経済課・府中市経済課という産官学連携を特徴とするものであった。そこで、松永加工連盟牧節夫理事長から「意匠色彩について下駄の販売員と加工業者と指導所とが一緒になって研究する意匠研究会を作ってはどうかと」提案され、また、協議会「委員長以下の一致した動き」として意匠に関連する「意匠保護審議会を一日も早く実現したい意向」が表面化したことで、同年6月と10月に松永意匠研究会と松永市考案保護審議会は相次いで設立されることとなった¹⁵⁸。

前節でも述べたように、図柄などのデザイン考案では、製造業者と加工業者の協調的・有機的な関係が欠如していたため、市場では手厳しい評価が与えられてきたが、そのことに対する懸念が松永加工連盟のトップからの意匠研究会設立の提案につながったことは間違いなからう。しかし、意匠研究会の活動の活発化のためには、前述した1955年に発足した静岡市考案保護審議会の積極的な活動にもみられるように、意匠保護制度は必須であろう。実際、松永市考案保護審議会が業者の意向により設立される前から、広島県立木履指導所は、業界に広く配布される機関誌の『木指ニュース』第1号(1957年6月)のトップページに、所長大脇新男が執筆した「考案保護審議会について」という記事を発表していた。やや長文となるが、以下に掲げておく。

[資料 10]

「最近を研究してよりよい製品を生み出していくため、各地でデザイン研究が活発に行わ

¹⁵⁷ 「当所運営協議会開かる」『木指ニュース』第2巻第1号、1958年、広島県立木工指導所。「10年間の沿革並に業績」『広木指ニュース』41号、1964年、広島県立木工指導所。

¹⁵⁸ 「当所運営協議会開かる」、「松永木履意匠研究会員募集について」『木指ニュース』第2巻第1号、1958年。「木履意匠研究会発足」『木指ニュース』第2巻第2号、1958年。「松永市考案保護審議会発会」『木指ニュース』第2巻第4号、1958年。

れており、之に関連して機能的にも新しいものが案出せられている。苦心した研究や案出が直ぐ他にまねられて長日月の苦勞が水泡となる幾多の例から之を或る期間その権利を尊重し敬意を払うことは、無から有を生ぜしめるに等しい貴重なデザインに対して当然とらねばならない措置である。之に対しては国の特許或は登録等があるが、之は今別として、少く共生産の発展を願うならば各々の地元^に於ても何等かの措置が考えられなければ、新製品を案出し、伸展を考える意欲は絶対に求められない。此の事から最近各地各県で地域別に、或は業種別に考案保護審議会が設けられて活動を開始している。

既に神奈川、静岡、大阪等の府県の業界では実績を挙げつつあり大きく業界の伸展に役立っている。常に特許庁と連携を保ち地区内認定のみならず特許申請に際しては審査資料を提供し、当然審査期間の短縮という大きな利益を受けている。特許庁に於ても「考案は自他相互にその権利を尊重し合うという道義心が常識まで発展することにより、意匠の盗用は防止せられ、模倣の限界が自らわかり真によい意匠、売れる意匠をつくり出すことが出来る」と審議会のよい運用と発展を望んでいる。

最近此の審議会の全国横の連絡協議会が生れ各地へ加入方を要望しているが、何れにしても意匠信興^の為には先ず考案意欲を盛り上がらせることであり、その為には考案した苦勞を察して権利を認める心をお互が持たなければ目的は達せられない。本県夫々の業界に於ても、一考を要する大きな問題である。」

静岡などの先進地に大きく立ち遅れていた考案保護審議会の発足が松永産地の再活性化にとって必要不可欠な新製品開発や意匠考案に業者が意欲的に取り組むための制度として重要かつ喫緊の課題であると力説されている。松永意匠研究会と松永市考案保護審議会がほぼ同時期に発足されたのもそうした認識に沿った取り組みであったといえる。

しかし、1967年の産地調査では、「販売担当者と加工業者間のデザイン面での恒常的研究の場や、デザイン考案担当の加工業者相互間の研究の場」がなく、「デザイン研究が加工業者に任されている現在、なおさら良い物を生み出す力を閉め出す」として産地内のデザイン体制を手厳しく批判したうえで、静岡では「良い意匠が考案された場合、問屋において報奨金が付与されるということであろうが、当産地においても盗用の防止、奨励等、販売担当者間における話し合いにより、常設の裁定機関を置く等、可能であるはずである」と静岡市考

案保護審議会の活発な活動を念頭に松永産地への痛烈な批判が展開された¹⁵⁹。このように、松永意匠研究会と松永市考案保護審議会が設立されたにもかかわらず、目立った活動が行われることなく、製造業者や製造問屋と加工業者との非協調的な関係に特徴づけられる松永産地に変革をもたらすには至らなかったのである。

以上のように、業界を悩ませている「価格の維持」の問題とデザイン考案の問題はいずれも各方面から様々な対策が実施されたにもかかわらず、大きく改善されることはなかったといえよう。その要因として、つぎのようなことが指摘できるであろう。

第1に、労働争議の激化である。戦後松永地区の労働組合運動は「木履従業者並松岡絹綿従業員」からなる松永労働組合（組合員520名）が結成された敗戦直後の1946年2月からスタートしており、その後、1948年5月に「松永労組、松永塩業労組、中外製菓労組、松永船舶労組、福田鉄工所労組、丸山木材労組、備後通運松永支店労組を以て、松永地方労働組合連合会」（組合員1698名）が結成されるに至った¹⁶⁰。1951年5月に「松永塩業、丸山木材、福田鉄工所、松永船舶」が連合会を脱会することで、連合会は解散となったが、丸山木材興業所など下駄工場や下駄工場従業員が敗戦直後から地域の活発な労働組合運動に深く関与してきていることがわかる。それは、男女従業員数の割合が「7対3で圧倒的に男工員が多い」という松永下駄工場労働力構成の特徴に由来するものと考えられる¹⁶¹。

戦後松永下駄業界における労働争議は「殊には昨年（1957）5月頃から夏にかけて業界の不況のなかにその頂点に達した」とされている¹⁶²。その代表的な労働組合は、「業界に一大旋風を起こした」ともいわれた松永木履産業労働組合であった¹⁶³。松永木履産業労働組合は1956年5月に結成して以来、同年9月時点には「13工場が加盟（組合員は松永市下駄従業員の10%）し、目下未加入工場に誘いかけ拡大」を進めてきており¹⁶⁴、また設立直後の6月30日には、経営者側と「労働協約」を締結するに至った。11章75条からなる「労働協約」には、「団体交渉」や「通達義務」（「経営者は工場の閉鎖、売却、譲渡、休業、廃止等経営組織に変更ある場合は1ヶ月前に組合に通達しなければならない」）、「給与」関係、「福

¹⁵⁹ 『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』広島県中小企業指導所、1967年、79～80頁。

¹⁶⁰ 『広島県山南村誌』山南村誌刊行会、1957年、279～280頁。

¹⁶¹ 前掲「傾く、“80年のノレン”ゲタの町松永の表情」。

¹⁶² 前掲『松永木履の産地診断報告書』22～23頁。

¹⁶³ 前掲『松永木履の産地診断報告書』45頁

¹⁶⁴ 前掲「松永の木履」『金融経済月報』（1956年9月18日）。

利厚生」、「労働時間」、「災害補償」など多岐にわたる重要な事項が包含されていた¹⁶⁵。同年夏にさらに「新しい協約では毎年日当を男 20 円、女 10 円昇給することになった」とも伝えられる一方、「木履業界は従来とかく乱売による値崩れで不況をかこっていたにも拘らず、今夏締結の協約に伴う賃上げによるコスト高に各業者とも最早これ以上耐えられなく」なった事態が発生していたのである¹⁶⁶。

そして、1957 年夏に労働争議が「頂点に達した」とされているが、その契機は、同年 8 月 14 日に「ゲタメーカーの大手筋の 1 つ」である土屋藤吉商店（社長土屋唯一）が木履産業労働組合に「全従業員 67 名のうち半数の約 30 名程度」「解雇したい」と団体交渉を申し入れたことであった¹⁶⁷。18 日の団体交渉が不調だったため、26 日に労働組合の代表 6 名が「市役所に石井市長、商工会議所に丸山会頭をそれぞれ訪れ危機打開策を陳情し」ていた¹⁶⁸。そのなかで石井市長に対する陳情のなかで、「ゲタ労働者は最近の残業停止、一時間操短で平均月 3000 円の減収になっている。業界の意図している経営合理化は土屋商店の大量解雇申入れにみられるように首切りで不況切抜けを図ろうとしており、すでに組合のないゲタ工場では 100 人に近い失業、半失業者を出している」と工場側の対応を批判したうえで、対策として、「①失対の枠の拡大、②救済資金の貸与、または支給、③ゲタ労働者の子弟の給食費、保育料の減額」を求めている。その前後には松永市議会公正会の市長への申し入れ、また松永商工会議所丸山会頭と市長との懇談も行われていたことにもみられるように、土屋商店の解雇問題が町ぐるみの労働争議に発展していたのである。

9 月 12 日に町ぐるみの労働争議や不況への対策として、松永木履産業労働組合・松永商工会議所・広島県木履協同組合・松永市・松永市議会産業経済委員会から構成される「5 者協議会」は初めて開催された¹⁶⁹。しかし、その開催に先立って、土屋商店が 8 日に「赤字を理由に解散を発表した」ことは、不況対策を重視する経営者側と土屋工場の説明を求める労組側との対立をさらに激化させてしまった。その結果、「5 者協議会」では、経営者側が求めている不況対策が協議されることなく、労組側の「土屋商店問題の団交再開」の要望を受

¹⁶⁵ 「松永木履産業労働協約」1956 年 6 月 30 日付松永木履産業労働組合執行委員会吉川清士・木履経営者団体代表者土屋唯一。

¹⁶⁶ 前掲「松永の木履」（1956 年 9 月 18 日）。

¹⁶⁷ 「30 名に解雇申入れ、松永ゲタ操短後の第 1 号」『中国新聞』1957 年 8 月 16 日。

¹⁶⁸ 「カギは労使協調如何、ゲタの町“松永”不況切抜けの成否」『中国新聞』1957 年 8 月 27 日。

¹⁶⁹ 「不況対策持ち越し、松永ゲタ初の五者協議会」『中国新聞』1957 年 9 月 13 日。「ヤマ場迎えた“ゲタの町”の闘争」『中国新聞』1957 年 9 月 18 日。

け入れて労組と土屋商店に対する4者による調停斡旋が決定されるにとどまっていた。

9月17日に調停斡旋が予定どおり実施されたものの、土屋商店側が回答を保留したのに対して、労組側が対抗措置として「スト権確立決起大会」の開催に踏み切った。そして、24日に土屋商店の解散をめぐる第2回交渉が行われたが、「団交は再び物分れに終わった」と伝えられている¹⁷⁰。その理由は土屋商店と労組と締結していた「通達義務」（労働協約第9条）に起因するとされている。労組側は「会社側が予告なく解散を発表し、全員解雇するのは協約違反である」と主張し、これに対して会社側は「10月8日解散を9月8日に発表した。操業を中止したのは解雇申入れ以来サボ行為がひどく、操業を続けることが不可能となった」ためであると主張していた。労使対立は「長期闘争の見通しが強くなった」との見方が示されていたが、労働組合側が強硬姿勢を続けてきたなかで、労働組合員の「現執行部に対する不満」が高まってきたこともあり¹⁷¹、「組合内部の不調和などと“よろめく木産労”は笛吹けど踊らず」、「影響は大きくまったくなりをひそめて」いる労働組合のみならず、「企業の合理化もはからず、ただ“夢よもう一度”とあくせくしドロ沼に足を踏み入れた経営者」にも厳しい批判の目を向けられるようになっていた¹⁷²。その後、労働争議は確認されなくなり、実質上沈静化に向かったと考えられるが、その主な原因として、後述するように、製造販売業者からなる広島県木履協同組合が1958年1月に産地問屋からなる備後木履商工業協同組合と合流することとなり、労使側がそうした業界結束の強化による産業振興に大きな期待と関心を寄せていたであろうことが挙げられよう。

第2に、非協調的な業者間関係の問題である。前述するように、松永産地の「最大の弱点」として藤井左内が指摘したのは、「競合」的販売体制であったが、その最大の原因は、需要が減退するなかでの木材価格の高騰にともない低下するであろう利潤の確保をめぐる業者間の非協調的行動にあったと考えられる。1足当たり下駄卸売価格（押目）を構成する木材代・仕上加工賃・販売経費・利潤のうち、木材代が1950年代半ば～1960年代初頭に一貫して卸売価格の7割前後という高い比重を占めるとされていることから¹⁷³、一定の利潤の確保にあたって、協調的な用材確保は重要な課題となろう。1950年に37万石だった

¹⁷⁰「地労委、あつ旋打切り、土屋商店の解散めぐる労働紛争」『中国新聞』1957年9月26日。

¹⁷¹前掲「ヤマ場迎えた“ゲタの町”の闘争」。

¹⁷²「昨年を上回る要求額、深刻な表情の“下駄の町”」『中国新聞』1957年11月22日。

¹⁷³前掲「松永の木履」。「松永ゲタ、需要激減にコスト高」『中国新聞』1960年11月29日。

下駄用材使用量は1950年代半ばに60万石程度に達して以後、1960年代初頭に至っても大きな変化を見せていないなかで、その用材構成については、戦後復興期の「シナ3、松6、その他1の割合」から1960年代初頭に「シナ6、松4」の割合へと楡材の比重が松材のそれを上回るようになっていた¹⁷⁴。しかし、用材使用量全体が増加したなかで、比重減少がみられる松材の絶対的重要性は変わることはなかったことは注意すべきであろう。

近県の松材から北海道の楡材への転換が急速に進んだのは、前節で述べた1950年代初頭の状況と同様に、建築やパルプ用材需要増にともなう松材の供給不足と単価高騰を背景とするものであった。1㎡当たり松材の単価については、1955年の5,128円から1959年に6,786円、1960年6月に9,600円、同年10月に11,600円、1961年1月に12,500円と1959年以降の急騰ぶりが顕著であった¹⁷⁵。1950年代後半以降の松材価格上昇を背景に、楡材への転換が進むものの、建築用ベニヤ材需要増により楡材の入手困難もあり、南洋ラワン材の導入も行われていた¹⁷⁶。それは、南洋ラワン材が松材と対比して価格が8割程度であり、また30%の生産効率向上が得られると考えられていたためである。しかし、ラワン材を用いた下駄は、塗料が塗りにくい難題もあり、「市場性もなく殆んどが売れ残りとなった」ともいわれていた¹⁷⁷。こうしたラワン材への転換の難しさは、楡材への転換に拍車をかけることとなったといえよう。楡材は1960年以降、北海道の大雪また建築用ベニヤ関連の需要増により価格が1961年7月には1㎡当たり9,643円で前年比2割高を示していたものの¹⁷⁸、それでも、前述した1961年1月の松材価格より2割強の安さを保持していた。こうした楡材価格の相対的優位性も松材からの転換を後押ししていたといえる。

前節で述べたように、1950年代前半期においては、北海道楡材が一定の資金力を有し、大量仕入れのできる比較的規模の大きい工場にとって、また松材が資金力の弱い小規模工場にとってそれぞれ有利であったが、1950年代後半期以降でも同様である。つまり、北海道楡材購入の場合、「大きなメーカーは昨年（1960年）よりも多量に入荷し、若干を地元同

¹⁷⁴前掲「松永の木履」。

¹⁷⁵前掲「松永ゲタ、需要激減にコスト高」。「苦悩する松永ゲタ（下）」『中国新聞』1961年5月13日。「松の原木が急騰」『中国新聞』1961年1月8日。

¹⁷⁶「行き詰った松永ゲタ材」『中国新聞』1957年3月5日。前掲「苦悩する松永ゲタ（下）」。

¹⁷⁷『金融経済月報』（1957年9月）日本銀行広島支店。「からっぽになった貯木場、“松永ゲタ”はピンチ」『中国新聞』1961年3月6日。

¹⁷⁸『金融経済月報』（1961年7月）日本銀行広島支店。

業者に楯材を譲渡した所もあるが、之は例外」であったとされているように¹⁷⁹、楯材への転換は、楯材の導入と使用でも主導してきた比較的規模の大きい製造販売業に製品価格の決定権と利潤確保の優位性を付与することとなったであろう。一方、用材比重こそ低下するものの、絶対的使用量の大きさを誇る松材に主に依存する小規模製造販売業者や三分・生地販売業者は、大規模製造販売業よりの楯材購入・供給を十分に期待できない状況のなかで、松材価格の昂騰ともなう利潤低下などのしわ寄せを直接に受けることとなったと考えられよう。こうした用材確保をめぐる産地内業者間にみられる対応力の格差が直接に適正利潤の確保を大きく左右し、また、そのこと自体は業者間競争を激化させ、産地業者間にあるべきであろう協調的関係にマイナスな影響を与えることとなると考えられる。

たとえば、1950年代後半期においては、製造販売業者や産地問屋が有する500人にも及ぶ膨大な外交販売員が、全国各地で「他県の業者を相手でなく“松永同志”の、みにくい競争を繰り返し」、「1足1円の値下げでも全体では年間5,500円の損になる」のみならず¹⁸⁰、「個々別々の売込競争によって、同一製品でありながら値段に大きな開きがあることから、問屋間に不審の念を抱かれる傾向が見受けられる」と批判されている¹⁸¹。そして、1960年代初頭において、楯下駄生産に転換する松下駄製造販売業者のなかで、「そのほとんどが弱小企業で市場開拓をあせり、乱売が続き1足当たり3、4円安と値下がりした」とも報じられているように¹⁸²、弱小企業が乱売という薄利多売の手法により産地内における比較的規模の大きい企業との競争を余儀なくされており、このことは消費地問屋における松永下駄の評判を低下させるのみならず、産地企業の適正利潤の確保を困難とさせ、産地企業間の過当競争をさらに激化させていったといえる。

また、広島県木履協同組合は前述したように、1958年1月に価格や操短の調整による業界結束の強化を目的に、産地問屋からなる備後木履商工業協同組合と合流したが、しかし、組合内部でも業者間対立がしだいに表面化するようになった。合流以来、最初の対立は、1958年9月上旬に組合員でもある三分業者5メーカーが15日からの一斉休業の声明を出しており、それに協同組合下部組織でもある松永地方生地組合が「現在の問屋卸値では採算が合わない」ことを理由に「5割操短」に同調するとともに、生地下駄の卸値1割値上げも

¹⁷⁹ 『松永木履工業調査報告書』広島県商工部、1961年3月、2頁。

¹⁸⁰ 「自重望まれる広島下駄、利潤低下と売込の激化」『日本履物新聞』1957年7月12日。前掲「傾く、“80年のノレン”ゲタの町松永の表情」。

¹⁸¹ 前掲「陳情視察報告書」。

¹⁸² 前掲「木履：再起の見通したたず」。

求めたことを契機に起きた¹⁸³。三分業者と生地組合はともに松材下駄を生産しており、その年間生産足数が1200万足と産地松材下駄生産量の8割にも上っているため、三分業者5メーカーの休業と生地組合の「5割操短」は実質上、「年間610万足の生産減」をもたらす影響力をもっていたとされている。

そうした松下駄生産者側の休業・操短と値上げに「地元問屋70業者」からなる協同組合下部組織の「備木会」は「生産減は仕入販売に多大の支障をきたす」のみならず、「休業、操短が問屋側の乱売のため採算があわないことを理由にしているが、協定値を下回る安売りをわれわれ問屋だけの責任にするのは心外」で、「原木仕入から加工販売までの一貫作業をしている大工場ですら行っている」と強く反発していた¹⁸⁴。なお、「松材ゲタは休業しないメーカーからも買えるし、シナ材ゲタを中心に商売できる見通しがある」とも表明して、三分業者と生地組合の休業・操短に対立姿勢を強めていた。

かかる協同組合員業者間の対立に対して、協同組合では「事態收拾のためこのほど役員会を開いて、それぞれの立場から意見を聞いたのち、結局、三分業者、生地組合の今回の措置に同調すること」に決定したうえで¹⁸⁵、さらに10月1日に開催された「松永木履業者決起大会」では¹⁸⁶、「業者が団結して大いに販売ルートのをばし松永ゲタの声価を高めよう」と「1割値上げ」に踏み切った。こうした協同組合の一連の行動により、三分業者と生地組合は「わずか半月で休業、操短を解き、1日から全面操業を再開」することとなった。

しかし、協同組合の組織強化は一時的なものであった。1959年に入ると、協定値無視の乱売が再び松永下駄業界を混乱に落とし込んでおり¹⁸⁷、また、前述したように、1959年度には価格協定と業者の自粛自戒を目的に、度重なる協議でも価格の安定と採算点維持が不可能であった。また、1960年4月8日に協同組合に加入している一部の製造業者が「県木履協同組合の運営を不満として同組合を脱退、新しく松永木履協同組合を結成することになった」と伝えられている¹⁸⁸。不満の原因は、協同組合が北海道官有材を使用していない業者の払込資本金の一部を「北海道の官有林木材（マツ、シナ材）の払い受け資金」に使用したことであった。さらに、1961年6月3日にも一部の製造業者が、多くの業者から構成さ

¹⁸³ 「松永ゲタ、生地組合も操短へ」『中国新聞』1958年9月12日。

¹⁸⁴ 「“価格引上げは困難” 問屋は生産者に強腰」『中国新聞』1958年9月14日。

¹⁸⁵ 「問屋側も同調、松永ゲタの休業・操短」『中国新聞』1958年9月19日。

¹⁸⁶ 「松永木履業者決起大会開く」『中国新聞』1958年10月2日。

¹⁸⁷ 「ゲタの乱売対策協議」『中国新聞』1959年9月9日。

¹⁸⁸ 「組合の運営に不満、松永ゲタ業者の一部脱退」『中国新聞』昭和35年4月8日。

れる協同組合では「値段を決めるにも意見のくいちがいがあつたりすることから、製造業者の意見が十分に反映」されないため、「経営の安定を図る」ことを目的に、約30名の業者からなる「松永木履産業協同組合（仮称）」の結成に動き出していることが報じられている¹⁸⁹。

ちなみに、広島県木履協同組合と備後木履商工業協同組合が合流以来、業者間対立が絶えなかったこともあり、1956年度末（1956年4月1日～57年3月31日）に95だった広島県木履協同組合員数は備後木履商工業協同組合との合流で1957年度末（1957年4月1日～58年3月31日）には167に急増したが、その後、これをピークに、組合脱退者の続出により1958年度末に154（脱退者17）、1959年度末に149（同14）、1960年度末に128（同22）、1961年度末に119（同10）と減少し続けていたのである¹⁹⁰。

以上のように、「下駄需要の総体的退潮」が進む1950年代半ば以降、松永産地における労働争議や生産・流通をめぐる非協調的な業者間関係が産地価格の維持を困難とさせ、また、1950年代前半期の産地間競争において有利に働いていた産地内業者間の不当競争ともいわれた熾烈な価格競争をさらに激化させることとなり、松永産地の生産流通に構造的な不況を引き起こしていたのである。

② 松永産地の業種転換

静岡産地では、1950年代後半から業者間の「共存共栄」意識や「団結した力」にみられる協調的かつ有機的な関係に基づく業種転換を迅速に進め、下駄・木製サンダル産地からケミカルサンダル産地へ大きく変貌を遂げたことを踏まえると、非協調的な業者間関係に特徴づけられる松永産地では、静岡産地と異なる業種転換の特徴を呈することとなると推測されよう。

まず、松永産地の業種転換の実態を確認しておこう。広島県木履協同組合は前述したように、1950年代後半以降、組合員数を大きく減少させてきたが、1961年5月に広島県木製はきもの協同組合に改組されるに至った¹⁹¹。その1967年3月31日時点における組合員112社の業種構成をみると¹⁹²、下駄製造販売関連52社（製造販売22社、下駄販売27社、下駄生地販売3社）、木ヒール30社、下請加工6社、チップ2社、製材6社、化学8社、その他8社であったように、下駄関連業者数（下請加工を含む）が58社で、それ以外の木ヒー

¹⁸⁹ 「30製造業者が脱退」『中国新聞』1961年6月3日。

¹⁹⁰ 『経歴書』広島県はきもの協同組合所蔵。

¹⁹¹ 前掲『経歴書』。

¹⁹² 前掲『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』103頁。

ルや製材、チップなど木工関連産業を中心とする業者数が54社と下駄関連業者数に比肩する規模に達していた。このことから、産地内において従来の下駄産業から木工関連産業を中心とする多様な業種への転換が進展しつつあったことの一部が読み取れよう。

また、1967年に広島県中小企業指導所が行った産地調査で判明されている、1957年度広島県木履協同組合員174社の1966年度に至るまでの具体的転廃業状況をみると¹⁹³、174社中の転廃業者数が約10年間にわたって6割強の106社にのぼっており、そのうち、廃業者数が組合脱退(6社)と廃業(31社)の37社であったのに対して、転業者数が下駄以外の業種に完全に転換した完全転業者51社と、下駄産業に従事しながら、他業種を兼業もしくは他業種に資本投資を行う、部分転業または多角化経営18社、の計69社であった。

そうした転業組69社の具体的な業種別転業状況について表17でみると、つぎの3点が

表17 松永下駄製造業者の転業状況

No.	業種	一貫作業		製造問屋		三分生地		賃仕 上げ 転業	合計								
		転業	兼業 資本 投資	小計	転業	資本 投資	小計		転業	兼業 資本 投資	小計						
1	木ヒール	3	2	5	3	3	5	2	7	1	12	4	16				
2	製材	4		4	1	1	5	1	6		10	1	11				
3	厨房		1	2	3	1	2		2		3	1	3				
4	家具	2		2	1						3		3				
5	チップ	1		1			1		1		2		2				
6	合板	1	1	2							1	1	2				
7	割箸						2		2		2		2				
8	チップ・製材						1		1		1		1				
9	建具				1	1					1		1				
10	パネル						1		1		1		1				
11	木毛セメント					1						1	1				
12	木ヒール・鉄工		1	1								1	1				
13	製材・サンダル		1	1								1	1				
14	サンダル		1	1								1	1				
15	スリッパ	1		1							1		1				
16	医薬品	1		1			1		1		2		2				
17	飲食	1		1	1	1					2		2				
18	畳表				1	1					1		1				
19	プラスチック下請				1	1					1		1				
20	漁網				1	1					1		1				
21	自動車修理				1	1					1		1				
22	漁業				1	1					1		1				
23	制帽						1		1		1		1				
24	タクシー			1								1	1				
25	絹綿					1		1	1			2	2				
26	ホイスト	1		1							1		1				
27	溶接						2		2		2		2				
28	伸鉄			1			1		1		1		2				
	合計	15	7	4	26	13	3	16	22	3	1	26	1	51	10	8	69

出所)『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』広島県中小企業指導所、1967年、35頁。

¹⁹³前掲『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』。

指摘できる。第1に、下駄関連業者が多岐にわたる業種に転業・兼業・資本投資を進めて来ていたことである。完全転業（51社）は木ヒールや製材、家具、厨房を中心に22業種、兼業（10社）は木ヒールを中心に7業種、資本投資（8社）は厨房を中心に5業種に広がっている。第2に、木工関連産業が重要な転業・兼業・資本投資先だったことである。No.1～13の業種は木工関連業種であり、そこに転業組全体の7割強の49社が集中しているが、その中心は木ヒールや製材、厨房、家具、チップ、合板であった。第3に、転業組の推進役として一貫作業・製造問屋・三分生地業者がそれぞれ重要な役割を果たしていたことである。完全転業では、三分生地業者からの転業者が22社と最多であったにとどまらず、そのうちの17社が木ヒールや製材、厨房、割箸など木工関連業種に集中していたが、それにつぐ存在としての一貫業者（15社）が三分生地業者と同様に木工関連業種に集中的に転業しており（11社）、また製造問屋（13社）がより多様な業種に分散的に転業する傾向を示している。兼業では、10社のうち一貫業者と三分生地業者がそれぞれ7社と3社であったように、一貫業者が木工関連業種（6社）を中心により積極的に兼業を行っていることがよみとれよう。資本投資では、全体の業者数がわずか8社と少ないなかで、一貫作業と製造問屋による厨房への投資行動が注目すべきであろう。前掲の表6にも示されているように、1950年代半ばにおいて三分生地業者と製造問屋が小零細規模、製造販売業（一貫作業）が中小・中堅規模に特徴づけられていたことを踏まえると、1950年代半ば以降、完全転業に関しては、小零細規模中心の三分生地業者が、兼業と資本投資に関しては、中小・中堅規模中心の一貫業者がそれぞれより積極的に取り組んできているといえよう。

では、業種転換はいつごろから開始されたのであろうか。表18は重要な手掛かりを提供してくれる。表18は、1967年に広島県中小企業指導所が行った産地調査で判明される木

表18 産地内新規事業生産開始時期の推移

	木 ヒール	スリッ パ・サ ンダル	厨房 器
1956年 以前	8		
1957年	4		
1958年	4		
1959年		2	
1960年	3	2	
1961年	2	1	6
1962年	7	1	2
1963年	3	1	1
1964年	8		
1965年	7		
1966年	1		
合計	47	7	9

出所)『広島県げた木ヒール工業産地診断報告書』35頁。

ヒール（47社）、スリッパ・サンダル（7社）、厨房器（9社）業者の生産開始時期を示している。3業種のなかで木ヒール業（47社）が最も早い時期から生産開始していたが、1957年以降の業者数が全体の8割強に相当する39社であった。それに続くものとしてスリッパ・サンダル（7社）が1959年以降、厨房器（9社）が1961年以降、それぞれ生産開始したのである。業者調査対象業者はすべて下駄を前職とするものではないが、前述したように、とりわ

け木ヒールや厨房器が下駄からの主要転業業種であったこと、またケミカルサンダル業界が1950年代後半以降、本格的な成長を歩み出したことを踏まえると、下駄を主な前職とする業種転換が木ヒールを先駆けに、1950年代後半期以降、本格化していったとみて間違いなかろう。実際、松永木ヒール協同組合と松永ステンレス厨房器協同組合はそれぞれ1958年2月と1962年4月に結成されており¹⁹⁴、また後者の厨房器協同組合の構成員9社中7社は下駄からの転換業者だったのである¹⁹⁵。しかし注意すべきは、スリッパ・サンダルと厨房器の2業種ではいずれも、1964年以降、生産開始業者が現れずに、新規参入もしくは転業が途切れていたことである。

ここでは、業種転換で最も多く見られる木工関連産業としての木ヒール・厨房家具と、業者数が多くないものの、従来の木製履物としての下駄産業と一定の関係があるであろうケミカルサンダル・スリッパを事例に、松永産地の業種転換の実態解明に迫ってみたい。

<木ヒール>

木ヒールは、靴やサンダルなどのかかと部分として使用されているものである。工業統計表には1950年以降、「木材および木製品」産業の一品目として「靴型および靴芯」（1950～51年に「靴型および類似品」）の統計が登場するようになっているが、木ヒールがその一種類であると履物業界では一般的に認識されている¹⁹⁶。図4は、戦後における「靴型および靴芯」の主要生産地域の出荷額推移であるが、広島県出荷額はとりわけ1950年代後半から1960年頃から急激に伸び、1964年には全国トップに躍り出ると同時に、その全国シェアも同年に25%、そして1965年に40%に達していた。また、1968年に38社だった事業所数は69年に45社に増えており、その1事業所当たりの出荷額規模は同期間には東京と大阪とほぼ同水準の2千万円程度であったものの、5～5.7万円で推移する埼玉の半分以下の水準にあったように、広島県の「靴型および靴芯産業」は小規模工場群の集積を特徴としているといえよう¹⁹⁷。一方、松永の産地調査に依拠した場合、松永木ヒールの生産数量・生産額・全国シェアは1961年の2,100万足・2億円・60%から1966年に5,000万足・9億円・95%へと全国圧倒的な生産規模を誇るまで拡大するに至っており¹⁹⁸、またその拡大過程にある1964年における43工場の年産3,000万足、全国の70%シェアともいわれる松永の木

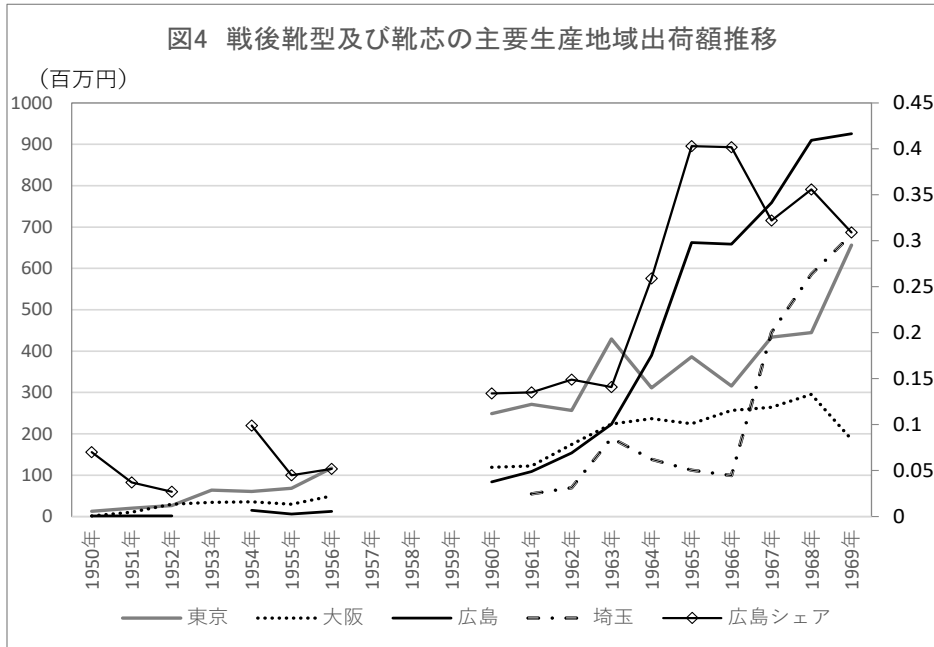
¹⁹⁴前掲『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』4～5頁。

¹⁹⁵前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』24頁。

¹⁹⁶前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』20頁。

¹⁹⁷『工業統計表』各年版。

¹⁹⁸前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』26～27頁。



出所『工業統計表』(各年版)。

注)1950～62年は従業員4人以上の事業所、1963年以降は全事業所である。

ヒールの販路は近畿 80%、関東 10%、東海 5%、中国地方 5%と近畿を中心とする大都市圏に重点的に展開していたのである¹⁹⁹。なお、1967年の木ヒール 49 工場の規模分布をみると²⁰⁰、10人未満に 36 工場 (73%)、10～19人に 6 工場 (12%)、20～30人に 7 工場 (14%)となっており、前掲の表 7 に示されている 1954年の松永下駄工場 (117社)の規模別工場数比率では 10人未満が 64%、10～19人が 25%であったことを考えると、木ヒール工場が小零細規模中心であったことがわかる。

戦後松永の木ヒール産業は 1960年代までには、大まかに①1940年代後半～1950年代半ば頃の形成期、②1950年代後半以降の拡大期、の 2つの時期を辿ってきている²⁰¹。敗戦直後の 1940年代後半に下駄製造業者が下駄生産の傍ら、下駄廃材の再利用を目的に手掛けた

¹⁹⁹ 『松永市の展望』中国観光地誌社、1964年、84頁。

²⁰⁰ 前掲『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』4頁。

²⁰¹ 「座談会：20年間にわたる木ヒール工業界の変遷を語る」『大阪ゴム履物工業協同組合 10年誌』大阪ゴム履物工業協同組合、1968年、144～149頁。以下も同様。座談会は大阪ゴム履物工業協同組合の組合設立 10周年記念行事の 1つとして松永で行われたものである。座談会に参加した親和産業 (笹井栄一)、岡田木ヒール製作所 (岡田通市) はそれぞれ笹中木履工場、岡田木履工場を前身とする企業であった (今西卯蔵『全国履物業者総合名鑑』中部履物新聞社、1955年、生産編 (下駄部) 49頁、51頁)。

靴用木ヒールは、神戸の「合同ゴム通信社の宮武氏」を通じて神戸地区への売込成功を皮切りに、神戸のケミカルシューズ業界との取引が拡大していったが、1950年代半ばに至っても、「10社程度」にすぎなかったともいわれる木ヒール産業は松永では、なお「下駄の副業」としての産業的位置づけにしか与えられていなかったのである。しかし、「29年（1954年）頃から下駄の生産も下り坂と」なったことと、「神戸地区の木ヒール製造業者からも松永の廃材の買い付けが来る」ことにより地元での廃材入手が困難となったこと、さらに1957年からの大阪ケミカルサンダル業界との直接取引拡大を背景に、松永の木ヒール産業は「下駄の副業」から脱却し、本業として本格的な生産拡大を歩み出すこととなった。1956年頃まで手作業に多く依存していた木ヒール製造は1950年代後半期に円盤や七分機、ゲタグリ裏取機などの専用機械が地元機械業者による従来の下駄機械の改良により、急速に自動化を進めていった。前述した松永木ヒール協同組合は、木ヒールメーカー23社により1958年に結成されたものであり、初代理事長は福田木履工場を前身とする福田木ヒール工場の福田慎太郎であった²⁰²。こうして1950年代後半以降、拡大をつづけた木ヒール業界は1960年代に入ると、メーカー数が1963年頃、60社に達し、「ヒール関連の塗装加工業も出来上り、廃材も完全になくなり、北海道からの原木使用に踏み切り」、「第2期黄金時代」を迎えたとされている²⁰³。このことは、前掲の表18に示された状況と大まかに合致するものである。

しかし、木ヒール業界は前述したように、小零細規模下駄業者を中心とする業種転換の進展にともない拡大してきたが、そのなかで、全国木ヒールシェアが95%ともされる1966年でも、その生産額規模（9億円）がなお下駄産業（20億円）の半分以下にとどまってお²⁰⁴、縮小しつつある下駄産業にとって代わるほどの産業規模までにはいまだに到達できていなかった。こうした木ヒール産業の特徴として、①木ヒールが見込み生産により問屋や小売店に納入する下駄と異なり、ほぼ一貫してシューズやサンダルメーカーの「下請受注」に依存する、シューズやサンダルの部品であったこと、②「下駄にくらべて製品が小型で、個数は多くても工賃はそれに伴わぬこと（下駄製品価格は平均80円、木ヒールは20円）」、③さらに「所要投資額は（多くは新規敷地、工場建屋を必要としない）100万円もかければ

²⁰²前掲今西『全国履物業者総合名鑑』生産編（下駄部）51頁。「松永木ヒール工業協同組合員名簿」前掲『大阪ゴム履物工業協同組合10年誌』153頁。

²⁰³前掲「座談会」147頁。

²⁰⁴「年度別生産高並びに生産額一覧表（はきもの組合・調べ）」前掲『松永の下駄』。

一応開業可能である」こと、などが指摘されてきている²⁰⁵。

そのため、木ヒール業界は、構造的不況下にあった下駄業界の抱える問題点を引き継ぐこととなった。その1つは、「木ヒール部門における下駄以上の過当競争」という問題であった²⁰⁶。それは、1950年代後半～1960年代半ばにおける「小零細層多数開業」にともなう、「原価意識を欠いた低価格水準」に原因があったとされている。たとえば、『26円の製品がここ2～3年来21円に低落している』ともいわれ、「さほど大きい生産性の向上がみられぬままに2割前後の値下げが行われる」ことや、「得意先が一定しているところへ数社で競争的に注文をとる状態」、などが品質向上を阻害し、また過当競争を激化させる原因として懸念されていたのである。

こうした状況のなかで、木ヒール業者と下駄業者、製材業者による集団化計画は持ち上がってきており、1950年代からほぼ一貫して松永産地を特徴づける非協調的な業者間関係と対照的な新しい動きとして注目すべきである。木ヒールや下駄、ケミカルサンダルも手掛ける地元有力企業の広木工業は1966年から福山市が表明した柳津町補助干拓地開発構想に着目して、発起人として製材業者4社と木ヒール業者5社、下駄業者1社の10社に呼び掛けて1968年に松永木工団地協同組合を立ち上げた²⁰⁷。11社は具体的には、古屋康雄（製材〔賃挽〕、8人）、佐藤木材（製材、70人）、福田毅（製材〔賃挽〕、11人）、沖木材（製材〔賃挽〕、21人）、野島三四（木ヒール、5人）、大本昭四郎（木ヒール、3人）、千代産業（木ヒール、22人）、土井木ヒール（木ヒール、31人）、豊田完一（下駄、4人→木ヒール転業予定）、広木工業（下駄・サンダル・木ヒール・製材、80人）、遠部昭二（下駄・木ヒール、37人）、である²⁰⁸。こうした大小様々な異業種業者から構成される木工団地協同組合が団地造成の主体となったところに大きな特徴があった²⁰⁹。その主な目的は²¹⁰、①「団地内では木ヒール製造業者の何れも大型製材機を所有せず、この作業を製材業者に全面的に依存す

²⁰⁵前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』30～33頁。

²⁰⁶前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』44～45頁。前掲『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』85頁。

²⁰⁷「事業計画まとめり設立申請」『備後経済レポート』225号、1968年6月30日。『松永木工団地計画診断報告書』広島県、1968年。

²⁰⁸前掲『松永木工団地計画診断報告書』27～28頁。括弧内は集団化以前の業種と従業員数規模であり、また矢印は集団化後の計画を示している。

²⁰⁹福山市史編さん委員会編『福山市史地理編』福山市、2010年、327頁。ちなみに、1963年の軋鉄鋼団地と1980年の福山箕島地区工業団地では、それぞれ福山市と広島県が団地造成の主体となって進められていたのである。

²¹⁰前掲『松永木工団地計画診断報告書』26頁、31頁。

る」こと、②「共同施設としては共同受電、水面貯木場、オガライトおよびチップ工場、移動クレーン等」を運営すること、などにみられる業者間の共同化・協業化にあった。原材料不足にともなう外材への依存、設備の老朽化による生産性の向上の限界などへの対策として、異業種間の共同化・協業化が自発的に計画されるに至ったのである²¹¹。

1970年から相次いで操業を開始した木工団地業者の状況はここで詳述できないが、集団化前（1969年度）と集団化後（1971年度）の生産状況対比では、売上高が1.6倍、従業員1人当たり売上高が1.5倍、営業利益が1.25倍、の伸びをそれぞれ見せていたように、集団化の事業展開が「かなりの好成績をあげている」との評価が正当なものであったといえる²¹²。

<厨房器>

ここで、厨房家具関連の業種転換の実態について、さきほど言及した1962年設立の松永ステンレス厨房器協同組合（以下、厨房組合と略す）を事例に、別稿で分析した戦後松永家具産業との関係を重視しながら、みていきたい。厨房組合は、東京に本社があるサンウェーブ工業株式会社（1946年創業、以下、サンウェーブと略す）の下請として、松永地区の下駄を前職とする9社が1962年に発足したものである²¹³。サンウェーブは、まさに戦後高度成長始動期に「台所からきた新しい波」とも称され、戦後の生活改善に絶大な影響を与えてきたステンレス流し台などの家庭炊事用具を主力製品とするトップメーカーとして知られていたが、1961年6月期（1～6月）には、戸田や桐生、名古屋、大阪などに工場を有しており、従業員も千人規模を突破し、またその売上高が1958年6月期（1～6月）の6倍強に相当する25億円に達していたのである²¹⁴。そうした急激な拡大路線の最中にあつたサンウェーブに、松永「市、商工会議所から分工場設置、下請発注獲得をめざす強い働きかけが同社内の松永出身者を通じて行われ、これに成功した」とされている²¹⁵。

松永市や商工会議所が誘致・期待していた「分工場設置」および「下請発注」にサンウェーブが応じた背景には、サンウェーブ社固有の生産分業体制があつたと考えられる。その生

²¹¹ 『松永木工団地運営診断報告書』広島県、1972年、「まえがき」。

²¹² 前掲『松永木工団地運営診断報告書』23～25頁。

²¹³ 前掲『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』5頁。前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』24頁。『グッド・ライフの設計者：サンウェーブ』フジ・インターナショナル・コンサルタント出版部、1961年。

²¹⁴ 古波蔵保好「台所からきた新しい波」、清水純夫「企業案内」前掲『グッド・ライフの設計者：サンウェーブ』。

²¹⁵ 前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』24頁。

産分業体制は、「多品種少量生産と高い外注依存度」に特徴づけられており、つまり、木部と金属部からなるステンレス流し台の厨房用具の生産にあたって、1960年代初頭までには木工技術を求められる木部がほぼ一貫して「社内加工よりも外注依存」していたものであった²¹⁶。実際、サンウェーブは「ステンレス流し台の木工部分」に関する「松永市での下請け製造が月産2万台の線にのれば同市へ工場を新設することを確約して」いたと伝えられていた²¹⁷。

しかし、ほぼ同時期に、サンウェーブの独占的ともいわれたステンレス流し台業界にステンレス素材関連メーカーや大手電機メーカーからの新規参入にともなう競争激化に直面したサンウェーブは、生産分業体制のもとで高騰したとみられる輸送費や外注管理費など一般経費の削減と抜本的な生産合理化の実施を目的に、大規模設備投資による深谷総合工場建設を進めることとなった²¹⁸。そのため、1964年夏に至っても、厨房組合への発注量は「計画生産台数月間2万台を大きく下回って毎月4～5千台程度」にとどまっていた²¹⁹。一方、発注量の関係で遅々として動かなかった「分工場設置」は同時期に、それまで休業中の「松永製塩組合合同製塩工場」を利用した倉庫を返却して、月産量4～5000台の「セット組立工場松永建設」の「第一期工事」を始動するに至ったと報じられていたが、しかし、同年10月に発生したサンウェーブの「大阪の代理店沢田商事」の倒産と7千万円の焦付きを契機に経営危機が表面化し、直後の12月にサンウェーブが会社再生法の適用による再生の道を歩むこととなったことから²²⁰、「分工場設置」は実現されることはなかった。

ここで注目すべきは、1962年設立の松永ステンレス厨房器協同組合企業の動向である。サンウェーブの再建にあたって、1500社にもものぼる債権者のうち670社は下請関連業者であり、1965年1月時点では「11社が連鎖倒産し二百数十社が倒産寸前」の状況にあったとも報じられていた²²¹。厨房組員も倒産の危機に直面していたと考えられよう。

ちなみに、1967年3月産地調査によると、厨房組員9社のうち、下駄製造を前職とする企業は7社あり、具体的には、備陽工業（岡田木履工場）、相座屋木工製作所（相座屋木

²¹⁶北条秀一編『倒産会社の更生復元：サンウェーブ工業株式会社全国債権者会清算委員会報告』青柳事務所、1972年、第1章。

²¹⁷「近く下請け契約結ぶ」『中国新聞』1961年9月23日。

²¹⁸前掲北条『倒産会社の更生復元』6～7頁。

²¹⁹「サンウェーブ、松永工場」『備後経済レポート』83号、1964年7月20日。

²²⁰前掲北条『倒産会社の更生復元』9～10頁。

²²¹「サンウェーブ下請業者松永工業は内整理して再建」『備後経済レポート』102号、1965年1月30日。

履工場)、村上ステンレス(岡田木履工場)、小川工業(小川木履工場)、マルワ木工(溝川木履工場)、瀬戸内工芸社(小林木履工場)、松永工業製作所(内海祥二商店)であり、残りの2社は旭木工と広島工芸であった²²²。また、9社の従業員規模別企業数が3～23人に4社、25～35人に4社、38人に1社であったこと、従業員1人当たり帳簿価格が21.2万円と木ヒールの12万円を大幅に上回っていたこと、さらに所有機械(4社69台)の7割弱が4年以内(1963年以降)に装備されたものであったことから²²³、前述した小零細企業中心の木ヒールへの転業と比べて、厨房業界では比較的多額な設備投資能力を有する比較的規模の大きい中小・中堅企業が主体となって転業を進めていた可能性が高かったといえる。

厨房組合の設立当初は前述したように、サンウェーブの発注量が限定的であったため、「当初丸山木材興業製作所等9社が同社協力工場として参加したが…順次協力会から脱落したようである²²⁴。また、産地調査報告書でも、設立当初から「受注が少なく37年度(1962)は大幅に赤字を出した。38年度(1963)は業者は2分の1となり、他の下請などして漸くこの年を切り抜けた。39年度(1964)より趙軌道へ乗ってきた矢先突然本社の倒産により相当打撃を蒙った」ともされているように、厨房組合員構成は大きな入れ替わりがあったと考えられよう。しかし、こうしたなかで、小川工業と松永工業製作所、旭木工の3社が一貫して組合員としてサンウェーブの下請生産を行っていたことは、前述した1964年の「セット組立工場松永建設」での報道でも、またサンウェーブの倒産をめぐる債権問題に関する報道でも明確に言及されていた。とりわけ後者の債権問題では²²⁵、「サンウェーブ松永製品倉庫」の製品をめぐる「サンウェーブと下請業者との間に買い取りとしての正式な商取引が成立し円満解決している」が、それでも、3社のなかで1500万円にも上る最大の負債を抱え、また「サンウェーブ関連連鎖倒産企業」18社(1965年1月10日現在)のうちの1社としてリストアップされていたのは松永工業製作所であった²²⁶。

松永工業製作所は連鎖倒産企業とされていたが、「債権者会議を開き全債権者の全面的協力でサンウェーブからの回収可能なまで債権棚上げの確約を得ると共に、松永木工(株)の

²²²「産地診断調査企業名簿」前掲『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』160頁。

括弧内は前職の社名である(前掲今西『全国履物業者総合名鑑』、『広島県総合商工名鑑』広島県商工会議所連合会、1963年)。

²²³前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』5頁、34～35頁。

²²⁴「サンウェーブ下請業者松永工業は内整理して再建」『備後経済レポート』102号、1965年1月30日。

²²⁵前掲「サンウェーブ下請業者松永工業は内整理して再建」。

²²⁶前掲北条『倒産会社の更生復元』90頁。

家具下請加工に切換えて再建を計る事となり」²²⁷、また1967年時点に至っても、厨房組合に所属していたように、倒産を免れていた。そこで大きな役割を果たしていたと思われるのは、前述した家具製造の松永木工であった。松永木工は、下駄製造からの転業組でもあり²²⁸、1957年設立の松永家具工業協同組合の組合員として、「会社再生法の適用を受けたサンウェーブ工業（株）の下請を行っていた松永工業製作所の再建に全面的に協力すべく同社への下請加工を行なわ」せていたのである。下駄製造からの転業組企業間の取引が再建にあたって重要な意義を持っていたと評価できよう。

サンウェーブの再建が進むにしたがい、厨房組合は再び9社の操業状態に戻っていくが、1967年調査時点では、「6企業がカメマン及び再生後のサンウェーブの下請を行い、うち2社は自社ブランド流し台を併産して」おり、残りの「2企業が自社ブランド流し台と単品家具、1企業が単品家具のみを生産している」とされているように²²⁹、サンウェーブの専属下請としてスタートした厨房組合員企業はサンウェーブの経営危機を契機に、サンウェーブの専属下請から完全に脱却し、自社製品や他社製品を含む多様な家具製品の製造による経営の安定化を図っていたのである。厨房器製造が「たんす類等に比べ技術的に容易であり、素材含水率等についても多くを問われないこと」に業種転換の容易性があつたとされているが²³⁰、それでも、厨房器製造にあたって形成されてきた一定の技術的な基盤が厨房器から多様な家具製品へのさらなる転換にとって重要であつたと考えられよう。また、広島工芸・マルワ木工・旭木工・瀬戸内工芸社がそれぞれ1964年・67年・1973年・1975年に、別稿でも明らかにした1957年設立の松永家具工業協同組合に相次いで加入していたことからでもわかるように、そうした多様な家具製造の展開にあたって、高級婚礼家具産地として知られる隣地の府中家具産地が有する高いブランド力を享受する戦略をとりながら、金融支援や共同乾燥事業、さらに産地見本市などを活発に行っていた松永家具工業協同組合の効果的な役割も大きかったのである²³¹。

ちなみに、松永家具工業協同組合の組合員企業数は1975年時点では、24社であつた。判明できる下駄からの転業組は、前述した松永木工製作所と栗津木工製作所、心石工芸、フジ

²²⁷前掲「サンウェーブ下請業者松永工業は内整理して再建」。

²²⁸「松永木工」『備後経済レポート』111号、1965年4月30日。

²²⁹前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』24頁。前掲『広島県げた・木ヒール工業産地診断報告書』27頁。

²³⁰前掲『製品の転換にともなう下駄製造業再編と問題点』25頁。

²³¹拙稿「戦後高度成長期における備後福山家具産地の展開：松永地区を中心に」『広島大学経済論叢』36巻2号、2012年12月。

ワラのほかに、前述した厨房組員でもある4社のうち2社（マルワ木工、瀬戸内工芸社）の計6社であり、全体の25%にとどまっているが、別稿でも明らかにしているように、松永家具協同組合を中心とする松永地区家具産業が戦後高度成長期における広島県また備後地区の家具産業の成長の一端を担ってきており、その形成と成長により後押しされた下駄からの転業組また多角的な事業展開をめざす厨房関連企業の家具産業への参入は松永地区産業の構造的転換の推進にとって重要な役割を持っていたと評価できよう。

<ケミカルサンダル>

前掲の表17でも示されていたように、松永産地では1950年代後半～1967年における下駄からケミカルサンダル関連業種への転業・兼業企業数は、わずか3社（No.13～15）にとどまっていた。また、1967年の産地調査で明らかにされている広島県はきもの協同組合に所属しているケミカルサンダル・スリッパ関連業者は8社であるが、1955年と1963年の産地下駄関連業者名簿と照合すると、下駄を前職とする業者はマルヤマ製作所（丸山木材興業製作所、98人）、広木工業（広島木履工業、59人とアトム化学工業所、12人）、山本商店（山本木履工場、3人）の3社となっている²³²。こうした松永産地でのケミカルサンダル関連業種への転換の状況は、前述した静岡産地とは明らかに対照的だったのである。

産地内におけるケミカルサンダルへの業種転換の状況について、1961年3月の広島県商工部による産地調査報告書では²³³、つぎのように記述されている。

[資料11]

「目下の所3工場がヘップサンダルを始めている。いずれも試験研究の段階であるが、之が将来の松永にとってどういう位置を占めるか今の所わからない。ヘップサンダルに転換する場合、一番大きな問題は、流行の移り変わりが激しいこと（デザインの問題）であるが、その他、資金を要する。下請の内職（ミシン）を如何にうまく活用するか。従業員は女でよい等若干、従来の下駄と異なる所がある。このヘップサンダルの将来について業界では一致した意見がないようである。試験研究を行っている工場の側では、現在の下駄とヘップの割合は将来逆転させるべきだとして、ヘップの生産性を高めることに没頭しているが、ヘップを行っていない或る工場では、色々と研究してはいるが、現段階では、ヘップをやらないと決めている。之はデザインの問題、資金の問題があり、良いお得意先からも松永ではやるべ

²³²前職企業名については前掲今西『全国履物業者総合名鑑』、従業員数規模については前掲『広島県総合商工名鑑』。

²³³『松永木履工業調査報告書』3頁。

きでない」と薦められているということである。

松永産地では、ケミカルサンダルへの転換の是非については1961年に至っても、「一致した意見が」なく、戸惑いが続いていることが伺われる。転換にとって大きなネックとされているのは、主に資金問題とデザイン（流行）問題であった。そのなかで、最も早く1959年から下駄からケミカルサンダル分野への転換を歩み始めたのは、前述した100人近くの従業員を有する産地内の最大工場であり、また1950年から4年連続して松永地区所得税申告額第1位を記録した丸山雷蔵が第3代目社長を務める、丸山木材興業製作所であった²³⁴。

「マルヤマサンダル（紳士用）」や「扇雀履（登録商標第27255号で好評の男女軽装履）」などから生産を手掛けたが、「好調な業績伸長をみせ、それ以来使用してきた「マルヤマ」の愛称が漸く得意先にもなじまれてきた機会をとらえ、従来の木履本位から今後総合履物メーカーとして大いに新しいセンスのある履物に本腰を入れるため、気分一新をかね、商品名即社名の線にそったもの」として、1965年1月1日に従来の「丸山木材興業製作所」から「マルヤマ製作所」に社名変更が行われることとなったことから²³⁵、丸山木材興業製作所の1959年以來のケミカルサンダル関連事業の急激な成長が読み取れよう。実際、1963年には「半々」だった下駄とケミカルサンダルの製造比率は1968年には2割対8割とケミカルサンダルの成長が著しかったのである²³⁶。

丸山木材興業製作所の順調ともいえる業種転換と生産拡大の背景には、①前述した松永地区所得税申告額4連続第1位にも典型的にみられたような、産地を牽引してきた地域内優良企業としての資金的優位性、②「自動車の出現で人力車が姿を消したように、生活様式の欧米化によってゲタも市場性が薄れて斜陽商品になってきた。いまは業種の転換をいそがねばならない時期ではなかろうか」という第3代目社長丸山雷蔵（1947年就任～1966年死去）の経営者としての優れた決断力²³⁷、③「ゲタで築いた販路をいかしてサンダルを売る考えだ」と企業側でも語られた、「北は北海道から南は鹿児島まで一流卸約150店」という全国に行き渡る販路の存在²³⁸、などが挙げられよう。

²³⁴ 「一位は松永丸山氏（4年連続の最高位）」『大陽新聞』1954年5月1日。

²³⁵ 「来年1月1日から改称、マルヤマ製作所に」『履物春秋』1964年10月25日。

²³⁶ 「沈滞ムードのゲタ業界」中国新聞、1963年12月19日。村上正名編『岸辺のいとなみ』（財）日本はきもの博物館、1978年、75頁。

²³⁷ 前掲「沈滞ムードのゲタ業界」。前掲村上『岸辺のいとなみ』74～75頁。

²³⁸ 前掲「ゲタ松永、産地は生きている」。前掲「来年1月1日から改称」。

丸山木材興業製作所と同様に、下駄からの転業者として前述したように、山本商店と広木工業がある。山本商店は「スポンジ製品」加工業者と思われるが²³⁹、1917年創業の内海木履工業と1950年に改称した広島木履工業を前身とする広木工業は²⁴⁰、2代目社長の内海得治郎が1953年度～58年度に広島県木履協同組合理事長、3代目社長の内海唯利が1963年度～70年度に広島県木履はきもの協同組合理事長、1977年度～1995年12月に広島県はきもの協同組合理事長を務めていたことから²⁴¹、産地内において丸山木材興業製作所とならぶりーダ的な存在でありつづけたといえる。その前身である広島木履工業は1960年に松永町に「アトム化学工業所」を設立してケミカルサンダルを製造開始したが、1966年の両社の合併により、現在の広木工業は成立し、同一工場内で下駄と木ヒール、ケミカルサンダルを製造するとともに、賃挽製材も行うこととなった。1967年度には従業員数80人、売上高1.7億円に達していたのである²⁴²。前述したとおり、広木工業が1968年に発起人となって松永木工団地協同組合を立ち上げたが、その際に実施された「松永木工団地計画診断報告書」では²⁴³、広木工業の経営状況について「借入金皆無に対し預金は相当量あり、自己調達力は心配ない。特に、難点はみられない」と高い評価が与えられていたのである。

前述したように、資金とデザインの問題は、転換にとっての最大のネックとされているが、まず、資金問題については、丸山木材興業製作所と広木工業にみられる健全経営を続ける優良企業にとっては問題はなかったと考えられる。つぎの流行の問題については、とりわけ丸山木材興業製作所にみられるような、全国各地に広がる一流卸売店との活発な取引のなかで様々な流行情報を収集すること、また産地内ケミカルサンダル関連企業で一般的にみられる、いわゆる「流行の激しくない男性用を主に生産し」、また「出荷先も都市周辺の町村を対象にする」こと²⁴⁴、などによりケミカルサンダルの激しい流行変動にともなうリスクを回避していたと考えられよう。

以上、松永産地内にみられる業種転換について代表的な事例として木ヒールと厨房器、ケミカルサンダルを取り上げて考察してきたが、業種転換において業者数が最多の木ヒール業では、少額資金開業可能の小零細業者が主体となっているのに対して、厨房家具業では、

²³⁹前掲『広島県総合商工名鑑』。

²⁴⁰『全国工場通覧』1929年版。広木工業 HP<http://www.hiromoku.co.jp/sub1.html>。

²⁴¹前掲『経歴書』。

²⁴²前掲『広島県総合商工名鑑』。前掲広木工業 HP。1967年度の状況については、『松永木工団地計画診断報告書』広島県、1968年、19～20頁。

²⁴³前掲『松永木工団地計画診断報告書』128頁。

²⁴⁴前掲『広島県げた・木ヒール』85頁。

比較的多額な設備投資能力を有する比較的規模の大きい中小・中堅企業が、ケミカルサンダル業では、豊富な資金力を有した流行の変動リスクに対応し得る大企業が主体となって進展してきたのである。その業種転換過程において、概して産地内業者の自主的な転換が進められてきたところに最大の特徴があったといえよう。たとえば、小零細業種中心の木ヒール業では、従来の下駄と同様に過当競争が繰り広げられていたが、それに対して従来と異なり、協調的関係を志向する木工関係業者間では自発的に木工団体の設立による共同化・協業化が進められていたこと、また厨房家具製造では、行政の誘致を契機にサンウェーブの下請としてスタートしたものの、直後に親会社の破綻により甚大な被害を蒙り、その再生と下請からの自立には下駄からの転業組でもあった有力家具メーカーと地元家具集積の存在が大きかったこと、さらに健全経営を続ける有力企業のケミカルサンダル業への進出、などが挙げられよう。

前述した静岡産地における県・市の指導機関と製造問屋を中心とする業界団体との官民一体ともいべき協調的・有機的關係のもとで業種転換が進められてきたことを踏まえると、松永産地での業種転換が規模を異にする業者個別の自発的な動きとして進められていた側面が相当強かったと言わざるを得ない。

おわりに

以下では、本稿で明らかにしえた点をまとめておきたい。敗戦直後から下駄を中心に推移していた履物消費需要が早くも戦後復興期の後半期に、相次いでセンセーショナルに登場してきた木製サンダル「モード履き」や新素材によるケミカルサンダル「ヘップ履き」などへと移行しはじめており、また当初はぼ東京に限定されていたそうした変化が高度経済成長期以降、瞬く間に全国各地に拡大していったのであるが、こうした劇的な履物消費需要の変化のなかで、本稿で注目する、戦前期からつづく下駄主要産地としての松永産地は戦後復興期と高度成長期に相異なる展開過程を辿っていた。その具体的な生産展開の特徴は、以下の通りである。

まず、松永産地が戦後復興期に急速な生産復興と生産拡大を遂げていったが、そうした展開を支える重要な条件として、①製造販売者のみならず、賃挽・賃仕上業や問屋など販売業者、加工業の集中的な創業・参入にともない産地規模が拡大したこと、②そうしたなかで、産地構造が戦前期以来の製造販売者を主体とする一貫工場制生産流通形態から製造販売業と販売業者を主な担い手とする多様な生産流通形態へと劇的に変化していったこと、③比

較的早い時期から官民一体の加工や意匠の研究開発体制を推進する静岡産地に対する大きな危機感から出発して設置された広島県立木履指導所が従来の下駄の意匠や加工技術を一定程度向上させたものの、静岡産地との産地間競争では、むしろ松永産地側の不当競争ともいわれる販売業者間の熾烈な価格競争が静岡産地を従来の下駄生産からモード履への急速な転換に追い込むなどして大きな競争力源泉ともなったこと、の3点が指摘できよう。そのなかでとりわけ注目すべきは、従来の製造販売者主体の一貫工場制生産流通形態から販売業者の新規参入を背景とする多様な生産流通形態へと劇的に変化した産地構造が、静岡産地と対比して製造業者・加工業者間また販売業者間における協調的・有機的な関係の欠如の問題を内包するようになっており、そのことが「下駄需要の総体的退潮」が進む1950年代半ば以降の生産展開に決定的な影響を与えていたことである。

つぎに、松永産地が1950年代半ばに下駄生産の最高水準に到達すると同時に「下駄需要の総体的退潮を満身に浴びるというドラマチックなまでの転回点」を迎えて以降、生産の縮小過程を歩むこととなったが、そうしたなかで、喫緊の課題として浮上してきた産業振興や業種転換への対応の在り方が静岡産地と対照的であったことは注目すべきである。つまり、静岡産地では、県・市の指導機関と製造問屋を中心とする業界団体との官民一体ともいべき協調的・有機的な関係のもとで、下駄・木製サンダルから新製品としてのケミカルサンダルへの転換を進めると同時に、従来の下駄に対する蒔絵や彫などの様々な加工を通じた高付加価値化にも積極的に取り組んでいったのである。それに対して、戦後復興期に協調的・有機的な業者間関係の欠如または業者間の協調なき過当競争の問題を内包した松永産地では、それを原因とする産地価格の維持困難とさらなる価格競争の激化という構造的な不況が惹起されており、そのなかで規模を異にする下駄業者が自らの生産規模や経営状況を勘案しながら、木ヒールや厨房家具などの木工産業を中心としつつも、ケミカルサンダルや機械工業などの多様な業種へと自発的に業種転換を進めていくこととなった。確かに、業界団体や行政機関でも構造的な不況や業種転換に対して価格の安定化対策やデザイン考案、さらにサンウェーブ工場誘致などに典型にみられるような対策がみられたものの、いずれも急場しのぎの性格の強い対策であり、産地構造の問題を改変させるに至らず、結果的に業者の自発的な活動によって強力に推進される側面が相当強かったのである。

このように、敗戦後とりわけ1950年代前半期から1960年代にかけて消費需要がドラスティックに変化していくなかで、松永産地が静岡産地の比較的早い時期からの積極的な新商品開発や販路開拓をめぐる組織的な取り組みに立ち遅れていたことから、まず価格競争

により静岡産地との産地間競争を激化させていくこととなったが、そのことがむしろ静岡産地の組織的な業種転換を加速化させ、それまで競争力源泉ともなった価格競争が協調なき過当競争と化し、急速に産地に構造的不況を引き起こした要因へと変貌しており、そのため、静岡産地と同様に組織的な産業振興や業種転換に向かうより、むしろ業者個別の拡散的ともいえる業種転換を進めていったのである。

しかし、第2節で述べたように、そのことはただちに松永地域の産業全体の停滞をもたらすことはなかった。下駄産地としての松永産地が1950年代後半以降、業種転換にともない急速に縮小し、解体に向かっていったが、それまでの産地で歴史的に蓄積された利用可能な経営資源を基盤とする、産地業者の自発的な生産活動により、木工産業やケミカル履物産業、さらに機械工業などの多様な産業が新規に創出され、また木工団地や厨房家具にみられる異業種・業者間の新たな協調的ネットワークが構築されていることは²⁴⁵、地域経済の観点に立脚した場合、地域の産業構造を多様化させるとともに、地域経済に「頑健さ」を付与することとなったと評価できよう²⁴⁶。

本稿は、文部科学省科学研究費補助金基盤研究(C)「戦後地方工業集積のダイナミックな展開に関する基礎的研究」(代表者：張楓、課題番号：25380427)、文部科学省科学研究費補助金基盤研究(C)「現代備後地域経済の形成過程に関する総合的研究：技術蓄積とネットワークの視点から」(代表者：張楓、課題番号：16K03800)による研究成果の一部である。

²⁴⁵ 機械工業については、拙稿『備後の機械工業100年の歩み』(栄工社、2016年)、同「備後地域機械工業集積の100年」(Discussion Paper Series No.2016-J-016、2016年)を参照。

²⁴⁶ 松島茂「産業構造の多様性と地域経済の「頑健さ」」橘川武郎・連合総合生活開発研究所編『地域からの産業集積・イノベーション・雇用創出』有斐閣、2005年。

