

製鞣革業の存続を支えるもの

——東京都墨田区東墨田を事例に——

Support for survival of the tanning industry:
A case study of Higashi-sumida in Sumida-ku, Tokyo

岡田 伊代

<abstract>

The tanning industry, which is associated with tanning and other related processes, is the initial stage of leather production. Many tanneries are managed by family-run companies in small or medium scale factories and have been developing as a local industry. The premises of these factories usually occupy a specific region because tanning requires large amounts of water in the manufacturing process.

Local industries as part of modern industry established in small and medium-sized factories are studied in economics, geography and architecture. These studies show the reasons for the continuance of the local industry by analyzing the situation of small and medium-sized factories affected by the economic situation and the geographic mechanisms of the region. Meanwhile, research in the practices and techniques have been conducted in folklore. However, such research on factories and the area responsible for the modern industrial development is new, and this research tends to neglect the origins of the region.

This paper focuses on the tanning industry as an example of a modern industry supported by small and medium-sized factories. I elucidate the

interprofessional relationships in the production process and related workers in the industry or in factories focusing on the tannery production process. The factors of industrial sustainment are also discussed by considering the relationships among the people engaged in this industry.

目次

はじめに

第1章 問題の所在

第1節 先行研究の検討

第2節 研究の目的

第2章 東墨田の製鞣革業を取り巻く現状

第1節 調査地の概要

第2節 タンナーたちの模索

第3節 問屋とタンナーの関係

第3章 製造工程をめぐる関係

第1節 製造工程の変遷

第2節 ツキアイの意味

第3節 ツキアイのなかのユルサ

第4節 製造工程に内在する関係

第4章 関係性が支える製鞣革業

第1節 ツキアイという関係

第2節 ユルサの実態

第3節 製鞣革業における存続を支えるもの

おわりに

はじめに

製鞣革業は皮革産業の初期工程の業種で、主になめし工程やそれに関連する工程を担っている。一般的にこの業種や従事する人たちはタンナーと呼ばれ、多くは家族経営の中小規模の工場によって営まれており、製造工程で大量の水を使用するため特定の地域に工場群を形成し、地域産業として発展を遂げてきた。

製鞣革業のような、近代以後に中小規模工場の集積によって確立された地域産業は経済学、地理学、建築学で研究されている。これらの研究は、経済状況や地域の地理的構造によって中小工場の集団がどのような影響を受けるのかを分析することで業種継続の事由を示してきた。経済社会学では産業集積地の形成の理由に地域内の企業同士の信頼があるとして、その信頼の形成過程や信頼の根源を分類する試みが行われてきた。一方、民俗学では、個々の工場内での徒弟制などの職人的な慣行や、技術に関する研究が行われている。しかし、近代工業を担う工場やそれを取り巻く社会構造に関する研究は浅く、地域の成り立ちを考える視座は不十分である。

本稿では、そのような中小規模工場によって支えられる近代工業の一例として、製鞣革業を取り上げ、タンナーを中心に生の皮を腐らない革へと加工し問屋へ納めるまでの製造工程に着目する。その製造工程とそれに付随する従事者同士の同一産業内の関連種間の関係と工場内における関係を明らかにすることで、従事者達の関係性を考察し、産業の存続自由を明らかにし論じていく。

第1章 問題の所在

第1節 先行研究の検討

町工場群のある地域を対象とした研究は多岐にわたる。町工場とは、地域にもよるが2～10人程度の従業員を持つ工場で、近代化に伴い100人程度の

従業員を有する場合もある [宇田 2008 : 188-189]。中小企業庁によると、製造業を担う企業の内、従業員20人以下の会社が小規模企業、300人以下が中小企業に分類されており、現在、製造業の中小企業のうち88.3%が小規模企業である。本稿の調査地においても多くの企業、つまり工場が5～30人程度の規模である⁽¹⁾。そのため、本稿ではこの30人以下の工場を中小規模工場とする。これらの工場の多くは、住工混在型地域という産業従事者などの家と工場とが隣接している地域の中に併存するため、産業と地域構造の関係をめぐる研究がなされてきた。

1960年代後半から70年代にかけては地理学が、地場産業地域をはじめとする産業集積地域の研究を盛んに行った。竹内淳彦は、住工混在型地域は土地利用の混乱やスラムではなく、狭い地域で生産・流通の関係を完結させ、経営者・家族・雇用者が同地域に集約した「生産・居住一定化地域＝産業地域社会」であるとして、地域構造に価値を与えた [竹内 1974 : 748]。しかし、日本経済が疲弊した1990年代の経済産業省関東経済産業局の東京都城東地区の調査報告は、地区の製造業の大半を占めている従業員3人以下の零細層が地元から離れられない理由は、経営者の高齢化や、地域を基盤とした古くからの人間関係を根底とする状況であるとし、住工混在型の地域構造が新旧交代の阻害の要因であると指摘した [関東経済産業局 996 : 126]。そして2009年、建築学の金沙智らは住工混在地域は地縁・血縁・職縁の3つを包括していることから、重層的で補完し合える発展性のあるコミュニティが構築できる地域であると評価している [金ほか 2009]。このように、中小規模工場を有する地域の評価と地域構造が産業へ与える影響は産業を取り巻く状況によって揺らいできた。発展性のあるコミュニティであるとされるが地域内の工場が減少することで職縁は縮小しつつある。

また経済社会学や経営学では、産業集積地を対象とした組織間が作る信頼関係についての研究が行われている。真鍋誠司らは、「組織間の信頼」を「信頼対象である企業が信頼する企業にとって肯定的な役割を果たせる能力と信頼対象の意図に対する期待」であるとした。そして、この組織間信頼の形成には対象企業の信頼性の評価と、期待を裏切られた時に伴う制裁を理由とし

た裏切り抑止の効果との2つが影響すると述べた。さらに信頼の源泉は経済的な損得計算、公的ルール（慣習を含む）、対象企業との経験、評判、そして理論的な裏付けがない関係性と文化の6つであると分析している。その中でも関係性、つまり地縁・血縁・知人関係によって発生する愛情や憎悪は、信頼性の評価と裏切り抑止の効果を理由に形成される信頼よりも強固な信頼を生じさせる可能性があるとして述べた [真鍋、延岡 2003 : 54-61]。

また川崎千晶は、信頼とは社会的な不確実性が存在していても、相手の人間性ゆえに自分を裏切らないであろうと考えることと定義した。社会的分業体制をとる地場産業は多くの企業と関わりを持つので、裏切りを抑止するため信頼のネットワークを作る必要がある。そして、産業集積地の形成初期段階においては合理的な理由で信頼関係を構築するも、信頼の維持段階では組織間の長期的な関係によりコミュニティが作られており、そこに帰属意識や愛情が含まれていくと述べた [川崎 2009 : 30-38]。さらに、川崎は真鍋らのいう利益重視の関係では説明がつかない、あるいは取引前に何らかの関係（知人、地縁、血縁など）を持つ組織間の信頼に類似した属性（社会階層、国籍、地域、人種など）を有する組織間の信頼を加え、これを「縁故に基づく信頼」とした [川崎 2014 : 40]。

さらに、流通に着目し関連業種間関係から、現状の問題点と今後の方向性が示された。経済学の榊原雄一郎は福井県鯖江市のめがね枠産業の分業構造に着目した。製品の企画や注文という製造工程の先導をする企業と、彼らに注文され製品を作る側の企業の関係に言及した。そして、製造業が今後も商売を継続するためには地域との関係である従来の流通構造を維持しつつも、作り手を抑圧する流通構造から独立し、製造者が問屋や企画者の役割が果たせるようになることを提案している [榊原 2009]。ここまで議論されてきた分業をする製造業と異なり、流通制度を大きく変えた産業もある。欧米式の流通に中間業者を介入させないで時間や金銭の無駄を省き、安く早く商品を手売ろうとした流通革命が背景に存在する。これは1960年代に提唱されたもので、スーパーマーケットなどの大型店の誕生と発展を支えてきた。製造業も欧米では、一社完結型のためそれに倣う日本企業もある。しかし、1990年代

には、問屋が介在する日本独自の流通システムが豊富な品ぞろえを実現させているとされ、流通革命で否定された問屋や商社の必要性が見直されている [松岡 2001 : 32-40]。

このような研究がある一方、民俗学では地域社会の成り立ちを問う上で、近代工業の多くは軽視されがちである。ここで京葉工業地帯や、京浜工業地帯に属する東京都23区内の区史をいくつか取り上げると、民俗編には「工業地域のくらし」などの項目が設けられている。各自治体が戦前から近代・在来産業の工場群を抱えているが、記述は統一されておらず工業地域への視座が一定でないことがわかる [板橋区史編さん調査会 1997 : 299-426、大田区史編さん委員会 1983 : 655-686、北区史編纂調査会 1996 : 373-395、墨田区役所 1979 : 234-245]。

宇田哲雄は埼玉県川口市の近代化する鍛冶師の集積地域を対象とした研究を行い [宇田 2012]、産業研究の必要性を説いている [宇田 2014]。そして、宇田は、このような中小規模の近代工業を担う工場の労働者達の特徴を、以下のように説明している。つまり、近代工業の発展に伴い生まれた職工という工場内の技能工と、従来の職人には決定的な違いが存在する。それは職工は製造工程の分担作業を担う組織の一員である一方、職人は仕事の全工程を自己完結するということである。しかし、ともに自己の技術を駆使して働くことを大切にしている。このような職人との共通性を持つ職工は、自分のことを「職人」だと考え、そう自称することで職業や仕事への誇り・誠実さを成り立たせており、利益以上に良い製品を作ることに重点を置き一生懸命働くという性質がある。そのため彼らは「職人的職工」とされる [宇田 2008 : 199-200]。

「職」という点において三田村佳子は実体のある生業研究を行うためには、現在のような第一次産業に偏った生業研究ではなく、第二次、第三次産業まで視野を広げる必要があることや、経営論という視点が欠如してきたことを指摘している [三田村 2001]。しかし、現在もこれらの研究は盛んではなく、宇田はこのような状況から、近代工業はいまだ民俗学としてどう位置付けるのかが決まっていない、としている [宇田 2014 : 69]。

第2節 研究の目的

以上のように、産業集積地の研究が盛んな地理学や経済学や建築学で行われてきた中小工場群を有する地域の評価は、産業や経済の状況によって揺らいできた。現在の地場産業地域は産業従事者だけでなく、地域内に新たに建設されたマンションや戸建てに入居している多くの非産業従事者を含み形成されている⁽²⁾。このような、日々変わりゆく地域の立地的構造から、長期的に維持されてきた産業の在り方や存続方法を論究するのは困難であると考ええる。

また、榊原の提案も中小規模工場の多くが若者の製造業離れによって新たな働き手の確保が困難である現状を考えると厳しくはないか。製造以外の流通を先導する企画や、営業といった業務を、家業として経営を、あるいは従業員として就労を続けたいすべての産業従事者が達成することが出来るだろうか。これらが達成可能な工場は、多少なりとも人手や経済状況に余裕がある工場に限られることが推測される。

川崎は組織間信頼を研究する上で、個人間の関係に着目することで組織間関係同士の関係を明らかにするのは、組織に関わる問題を無視しかねないとしている [川崎 2014: 41]。しかし、血縁や知人関係はまさに個人間の関係である。それらの個人間の関係が原因として信頼形成のきっかけや、それがない関係よりもより強固な信頼が生まれるなら、それは個人間の信頼が仕事関係に転用されることで組織間の信頼になったものと考えて。つまり、地場産業従事者たちの個人間の関係が、工場や企業同士の関係を作っているのではないのだろうか。

このような中小規模工場群が支えている近代工業の製造過程や、それを取り巻く地域への膨大な研究が存在する。しかし、多くの研究は工場ごとの事例のみを総括するものや、一地域を一つの集団として考察するものが多く、分業構造における生産者同士の会社を超えた繋がりを軽視しがちである。また、宇田や三田村が述べるように民俗学における町工場地域の研究が進んでいないことも問題である。

本稿では事例として東京都墨田区東墨田の製鞣革業を取り上げる。製品製

造における初期段階の製造工程に着目し、それに付随する関連業種間の交流や、現場の職人的職工（以後、職人）達の働き方及び工場での生活を明らかにし、産業の製造構造を支えるものが何であるかを論じる。

また、本稿は調査地における言葉づかいを尊重し記述していくものとする。

第2章 東墨田の製鞣革業を取り巻く現状

第1節 調査地の概要

本稿の調査対象地は墨田区東墨田地区⁽³⁾である。当地区は江戸時代には数件の農家が住む湿地帯の小規模な農村であった。明治時代に入ると、東京府都市部の郊外地として数社の大工場がつくられ、1883年には5～6社の鞣し工場も存在した。それでも土地に余裕があったので、1892年の魚獸化製場取締規則の改正に伴い、公害問題などを理由に強制移転を命じられていた革鞣し職人（以後タンナー）たちの移転先とされた。その後10年間の間に、浅草北部の地元出身あるいは滋賀県から浅草へ移住していたタンナーたちが移住し、向島にあった屠場から豚の原皮を仕入れて仕事をしていた〔木下川沿革史研究会編2005：29-30〕。そして、油脂業や膠業などの皮革関連産業、その他にもメッキ加工業などの工場が集積し、工場とその就労者たちの住居が蜘蛛の巣状に密集する住工混住地域となった。

仕事場と住居が併存していたために、経営者の子供たちは親だけでなく従業員にも面倒を見てもらいながら育ち⁽⁴⁾、地域内の同業者や関連業者の大人たちとともに生活してきた⁽⁵⁾。従業員の子供たちも、親の仕事風景や地域の中で遊ぶことで地域の仕事に慣れ親しんできた⁽⁶⁾。このように地区内で一緒に遊んでいた子供同士は、地域で就職し仕事仲間となっていた⁽⁷⁾。1988年に国の事業認可が降りて大通り（ゆりのき橋通り）がつくられることとなり、建設予定地に該当する工場は移転または廃業した。その後、地域の大多数を占める中小規模工場が経済状況の悪化や都条例による排水規制の強化や高齢化によって倒産や自主廃業の選択をして工場が激減した。1997年にゆりのき橋通りが共有され、京成線八広駅に近い東墨田地区はより便がよく

なり、工場跡には戸建住宅やアパート・マンションになり都中心部へ通勤をする住人が地域外から流入し増加している。彼らの中には皮革産業への理解が十分でない者も多く苦情が出ることもある。工場では騒音防止のために、夕方以降に大きな音の出る機械を使わず、臭気防止のために薬品の扱い方も気を遣っている。地域で100年以上続けられてきた仕事は、このような理由から年々存続しづらくなっている。

現在東墨田において実際にタンナーとして稼働している工場は8社程度で、最盛期の1割以下にあたる⁽⁸⁾。

ここで事例とするタンナーや関連業者が乗り越えてきた経済的あるいは政治的な局面を、『皮革産業近現代史』をもとに第二次世界大戦後を中心として概観していく。

皮革製品は1938年から段階的に軍需省の統制下に置かれた。1949年まで続き、統制解除後の1950年には朝鮮戦争による特需景気で業界も好景気となる。[皮革産業近現代史編纂委員会 1998：30-43]。

一方で昭和20年代からアメリカで提唱されていた革の代替品としてのゴムの利用が、昭和30年代に本格化し需要が高まったため、多くの靴の底革タンナーが倒産して、大手のタンナーも底革の製造を中止した [皮革産業近現代史編纂委員会 1998：126-130、172-176]。1966年はミニスカートブームに伴うロングブーツの流行があり皮革業界は潤ったが、1977年頃にはブームが去り多くの靴問屋が倒産する。1965年からの原皮の暴騰暴落に振り回され1967年には多くの革問屋が倒産し、その問題はタンナーと革商にも及び、連鎖倒産が発生した [皮革産業近現代史編纂委員会 1998：201]。以上の経緯により1975年初頭にはなめし革製造業と革靴製造業は不況業種に指定され、1978年には皮革産業の発展と皮革文化の向上のために日本タンナーズ協会が設立された [皮革産業近現代史編纂委員会 1998：302]。

1967年には環境庁が発足し、同年8月には公害対策基本法が公布されたことでタンナー達は、汚水処理のための設備設置や、貿易の自由化対策のための経営の合理化が急務とされ、対策に追われた [皮革産業近現代史編纂委員会 1998：209]。そして1968年末にはアメリカと製品の自由化の交渉が行わ

れ、1971～1972年には段階的に皮革の自由化が実行された〔皮革産業近現代史編纂委員会 1998：351-352〕。1993年のウルグアイラウンド交渉で、皮革・革靴はアメリカやEUの前身であるECに関税の引き下げを求められた。その時期には、1990年以降の不況は続く中で、毎年輸出品も増加しており、中国・東南アジアから低価格製品が輸入されていた〔皮革産業近現代史編纂委員会 1998：398-400〕。

このような状況において、1993年の通産省工業統計調査によれば、豚革のタンナーは国内に85社あったが、1998年にはその1割が減っていた。また、全国の61%のタンナーを抱えていた東京都の出荷額ベースは、80%以上と高かった。しかし、生産品は徐々に減少していた。調査地では1979年にはタンナー、染革、計量、革漉き、爬虫類取り扱いのタンナー、原皮商などの皮革関連会社が146社存在したが、1995年には85社にまで減少した⁽⁹⁾。2003年の都条例による排水規制の強化も影響し、現在タンナーとして仕事ができている会社⁽¹⁰⁾は10社に満たず、タンナーの多くは倒産、自主廃業、転業をし、専門の外注業者の多くも自主廃業や倒産をしている。

表1 タンナーの概要

社名	創業年	取扱製品	従業員数	主な納品対象地域	仕入ルート	取引問屋数	備考
A	1933	豚革	10人	約90%国外	原皮商(4社)	不明	話者:2代目社長77歳男性(以下A)
B	1900年代初期	豚革	約10人	国内・国外	原皮商(1社)	不明 ^{注)}	話者:3代目経理等41歳女性(以下B)
C	1933	豚革	27人	国内	原皮商(2社)、屠場(1社)	約40社	話者:3代目企画等女性(以下C妹)、3代目男性社長(以下C)65歳男性(M)、65歳女性(S)
D	1985	豚革	4人	国内	原皮商(3社)	9社(2社関西)	話者:2代目社長56歳男性(以下D)
E	1960	爬虫類皮革	約20人	国内	養殖場(1社)	不明	話者:2代目社長64歳男性(以下E)、3代目現専務35歳男性(以下E息子)

注) 情報管理のため極秘。

表2 問屋の概要

社名	創業年	取扱製品	従業員数	卸取引対象地域	仕入ルート	備考
F	2005	牛、豚、羊、合成皮革	2人	国内	各種タンナー、製造者、国外(羊のみ)	話者:46歳男性社長(以下F氏)、従業員中年女性。F氏の業界歴は27年で、10年前に実家から独立。

第2節 タンナーたちの模索

タンナーたちは商売の方法を状況に合わせて調節してきた。本節では、その業種存続のために話者たちが模索した結果できた4種類の関連業種との製造工程における過程及びその関係と、問屋の仕事を明らかにしていく。

(1) タイプ1 タンナーの仕入れから卸まで（爬虫類革）

E社は自社で製品を加工する部門を設けている。そのため、問屋を通じたメーカーからの注文に合わせて作る委託加工用の革と、自社の製品部門で使用するための革を製造している。E社が行う原皮の仕入れは、委託加工分はメーカーが仕入れるので、製造部門分のみであるという。E社はワニの原皮をファームと呼ばれる海外の養殖場から仕入れる。契約は契約開始月から12か月ごとで、最初は貿易会社を介していたが、貿易会社の事情により現在では直接原皮を仕入れている。大抵のタンナーは契約の際に一月分の品物代金を保証金としてファームへ預けるが、信用が十分に形成されていない会社（納金が遅れる、単発の注文のみ、年契約でも取引年数が浅いなど）は保証金額が多くなる。

爬虫類皮革はどの会社も外注業者を一切介入させず、一社がすべての製造工程を担う。委託加工分の革は問屋を通して鞆などの製品となり、自社加工用の革も製品となった後それぞれのメーカーへ納められたりそのまま販売される。

ファームとの良好な関係について、E社の場合は両社の生産に対する意識の合致が大きいという。取引先のファームは規模が小さく、大量養殖を行っておらず、E社も大量生産は好まない。両者ともに少量生産を行う事で、質の高い品物を作りたい、という意識が強いという。そのた

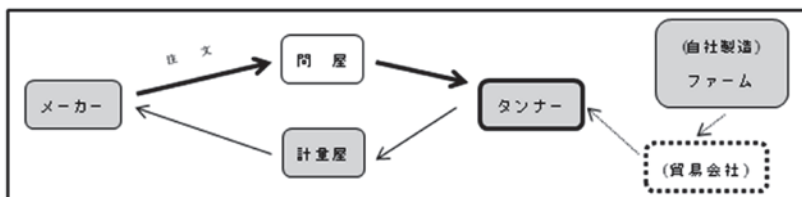


図1 タイプ1の製造工程

め、2社はまるで友達のような仲の良い付き合いであるという。また、爬虫類皮革のタンナーは会社自体が少ないためか⁽¹¹⁾、メーカー側がタンナーを認識しているという。

(2) タイプ2 タンナーの仕入れから納品まで（豚革国内向け）

タイプ2は豚革を伝統的に生産してきた調査地で従来から行われている国内向け商品の問屋主導の製造工程である。仕入れは原皮商と呼ばれる原皮の間屋から、下処理の終わった原皮を購入する。「一か月に何枚を何回」という契約で、支払いは月末である。仕入れは屠場での豚の処分数によりその都度仕入れできる枚数が変動したり、原皮商からの仕入れ枚数は増やせるが減らせず、タンナーに仕事がないからといって仕入れを止めることができなかつたりする⁽¹²⁾。そのため、タンナー達は「仕入れは難しい」という⁽¹³⁾。一方で、注文によりタンナーたちの仕事は問屋が持ってくる。タンナーは問屋が見本として持ってくる革や色紙に沿って指定通りの品物を納期までに仕上げる。製造の技術は各社に蓄積があるが、職人たちはその日の気温や水温や原皮の状態に合わせて調整を行う。自社でできない工程（機械がない、技能のある人がいないなど）は外注業者へ委託し、工場へ戻ってきた品物を計量屋へ出し、問屋へ納める。

原皮商は全国におり、C社では東墨田地区のほかに青森県からも仕入れられている。

また、C社の場合は屠場から原皮を仕入れる権利も持っている⁽¹⁴⁾。屠場から仕入れる場合には、納品の前日に電話がかかってきて、翌日納品する旨を伝えられることが多いという。

取引先に関しては、これまで先代が1社と大量の商品を取引するイッ

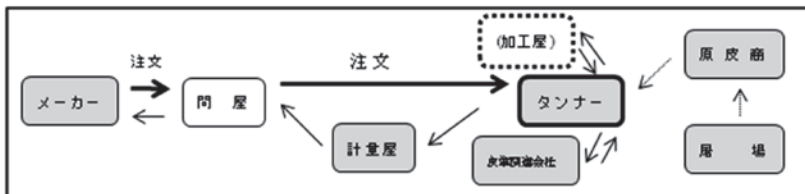


図2 タイプ2の製造工程

ちがいいって言うてくれる」と述べている。品物は納期に合わせて船便され、取引相手へと届けられる。A社へはその後代金が振り込まれる仕組みとなっている。

しかし国内の間屋とは古くからの付き合いであるために、どうしても頼まれれば注文を受けることもある。仕入れはタイプ2と同様の原皮商からで、4社と契約している。A社は日替わりで各原皮商から原皮を仕入れている。

(4) タイプ4 タンナーの仕入れから納品まで（豚革国内取引 問屋抜き＝ジカ）

タンナーたちは、問屋を通さないことを「飛ばす、抜かす」と表現する。そして、この直接取引はジカハンバイや産直と呼ばれ、普段の会話の中では「ジカ」と言う言葉で表されることがあるという。そのため、本稿ではこのルートをジカと標記する。

ジカの取引を行う客は大手メーカー、商社、クリエイター⁽¹⁷⁾などで、前者2種類は中間業者を省くことでより安くよい品物を販売することや新素材の製作販売を目的とし、後者はクリエイター本人の希望する革素材を作ってもらうことが目的である。

B社では、従来の間屋を通すルートでの商売のほかに、クリエイター向けのジカも行っている。

ジカの手順は以下のとおりである。まず、ジカを持ち掛けてきた客に、問屋の利用前歴がないかを確認する。業界では、問屋を利用したことのある会社をジカを行うと、問屋の客を取ってしまうことになるため原則として問屋を通して商売をすることがルールとなっている。これを守らない場合は、注文者もタンナーも業界内のトラブルに繋がってしまう。過去にいくつかのタンナーがこの確認を怠ってしまったり、取引相手に問屋の利用経歴がないと詐称されたりして、実際には問屋を利用したことのある客と商売をしてしまい、業界内のトラブルにつながってきた。そのためか、D氏の印象としては「ジカはご法度ようだ」という。しかし、あくまでも問屋の利用歴がなければ、メーカー、クリエイター両

者ともにジカをすることが可能である⁽¹⁸⁾。

B氏の話に戻ると、問屋の利用経歴のある客からジカを提案された場合は、丁重にお断りをする。タンナーたちは業界内での信頼を、長い時間をかけて形成してきた。そのため安易にジカをして、「目先の利益のために、信用関係を壊すわけにはいかない」という。そのため、ジカ取引が可能な客とのみ取引を行う。

B氏の行うジカの場合、取引相手となるクリエイターたちは自らデザイン・製造・販売を行う若い製造者たちである。彼らは商売自体が駆け出しであったり、その仕事だけで生計を立てるのが難しい者が多い。そのため、依頼した革の見積もりを見て取引を辞退するものや、まだまだ自分のブランドの見通しも立たないものが多く、B氏は付き合う相手を見極める必要がある、という。

しかし、問屋を通す商売と異なるジカの魅力は、依頼主とどういった品物を作っていくのか、どうしたらよりよくなるかを直接話し合い一緒に考えていくことができることにある。またB氏はそうした注文に応じていくことが、新素材の開発にも繋がり、クリエイターという新世代への皮革の啓蒙にも繋がると考えている。

B氏はそういったジカならではの人との繋がりを大切にしながらジカでの商売を行っており、「本当にやる気のある人」で、ロット数や方針などが合えば、どんな相手とも前向きに取り組んでいる。

一方で問屋側は大手のメーカーがジカ取引に乗り出すことも増えているため、しょうがない変化であるとして見守っている⁽¹⁹⁾。

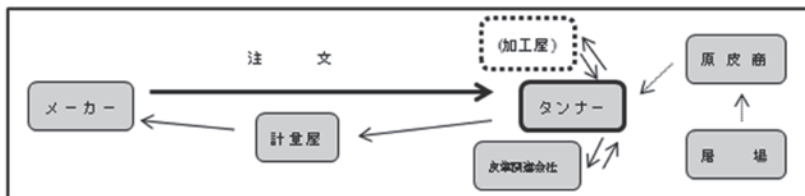


図4 タイプ4の製造工程

(5) 問屋の仕入れから納品まで

タンナーらに仕事を振り分けている問屋は、どのような工程の中で仕事をしているのだろうか。ここでは、メーカーとタンナーをつなぐ問屋の役割を概観する。問屋は商売人で、製造者ではないが、仕事相手としてタンナーや靴工達の気質や性質をよく理解している⁽²⁰⁾。

問屋は、まずメーカーへ色台帳と呼ばれる色見本を配り営業をして注文を取る。次にタンナーへ商品の発注を行い出来上がった革を用途に合わせて型抜きをしメーカーへ納めるのが業務内容である。多くの中小零細規模の問屋の場合は、取り扱う品物の種類が決まっており、メーカーは造りたい製品に応じて各問屋へ見積もりを出すという。

革問屋の多い台東区日本堤にあるF社では豚革は東墨田地区、馬革は兵庫県姫路、合成皮革（合成モノと呼ぶ）は神戸や大阪、ゴード（羊革）はパキスタンからと広範囲から品物を仕入れている。豚革の場合はC社・D社・加工業計量屋から仕入れるが、仕事の振り分けはタンナーの技術力でなく各社の設備によるという。例えば「仕上げもの」と呼ばれる表面加工が必要な注文は表面加工の機械があるC社へ、一方で染色のみの「素上げ」と呼ばれる品物は機械のないD社に発注する。タンナーがたくさんいた時代は、鞣しの技能で仕事を振り分けられたが、現在では会社が少なく「選べない」という。さらに20年ほど前まで関西圏から品物を納めてもらう際は、ブローカーと呼ばれた中間業者が運送と裁断を担当していたという。現在は8割ほどが倒産し、大抵の品物が宅配便で納品されている。

F氏によれば、会社間でのやりとりが電話や直接店舗まで訪ね口頭で話す、あるいは手書きのファックスで多く行われているという。これは、問屋や製靴などの産業の関連業者の高齢者の割合が高いことに由来している。パソコンの操作が苦手な人が多いために、その方が早いのである。F氏はこれを「アナログな方法」であるという。問屋とメーカーとの連絡手段はファックスが多く、注文票ともいい難いメモ書きのような⁽²¹⁾、必要最低限の内容を記載したものが送られてくる⁽²²⁾。タンナーとの連

絡には電話が多く使われ、「追加白、100（枚）ね」というような具合で連絡を取るという⁽²³⁾。

ここでF社のタンナーとの付き合いの事例の一つ挙げる。D社とF社の取引関係は両者の父世代にさかのぼる。F氏の実家の革問屋であるタンナーに依頼していたが手が回らなくなった仕事を、D社が引き受けたのが取引の始まりである。20年ほど前、D社はF実家問屋へひと月に800枚ほどの革を納めていた。F氏は10年ほど前に兄と経営していた実家の問屋から独立した際に、実家ではなくF社のみと取引をしてくれる契約をいくつかのメーカーや関連会社から得た。その1つがタンナーであるD社であった。そのためF氏もD氏は父からの代の付き合いを継承していて、これを認識している。

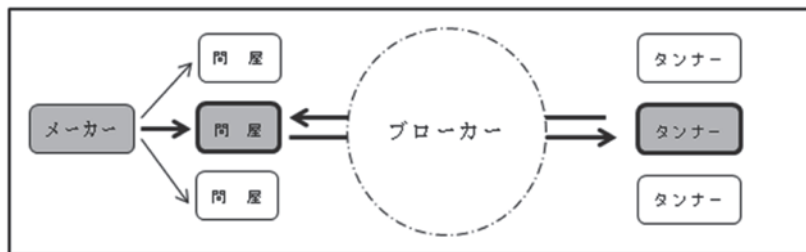


図5 メーカーから問屋までの注文と納品の構造

第3節 問屋とタンナーの関係

問屋はタンナーにとって仕事をくれる「お客さん」である。1985年に台湾が豚革製造へ参入して以降、そのほかのアジア諸国も同様に参入してきた⁽²⁴⁾。そのため、国外からの東墨田のタンナーへの注文は徐々に減少するのだが、1985年以前と以降とは、問屋とタンナーの関係が異なっているため、記述しておく必要がある。

問屋は2つの側面を持っているという。1つは品物を作らせたり集めたり円滑に流通が進むようにする役割、もう1つは金銭のやりとりにおける保険的役割である。問屋はメーカーからの依頼を受けてタンナーへ金銭の支払

いを行っている。手形を使用する場合、問屋を挟むことによって仮にメーカーが倒産してしまってもタンナーには問屋から品物の代金が支払われるシステムになっている。そのため、問屋を流通や製造過程における邪魔な中間業者といい切ることは難しく、問屋を挟むのが安全であるとA氏はいう。

戦後から高度経済成長期までの、注文数もタンナーも多かった頃、タンナーは不眠不休で働いても仕事が終わらないほどだった。そのため、問屋はタンナーに頼みこんで注文を依頼し引き受けてもらっていた。タンナーも忙しいため、単価の安い仕事を問屋が紹介してきても断ることができた。さらには、単価値上げ希望などが発生した場合、組合を通してタンナーが問屋へ抗議することも出来たという⁽²⁵⁾。

ところが、その後国内での仕事が減少するにつれて関係は逆転していく。両者の図式は、多いタンナーに対して少ない仕事を振り分けてくれる問屋へと変化した。タンナーが単価の値上げを願い出ると、問屋の中には注文を出すのを渋るそぶりをして周囲のタンナー同士を比較することで、単価を下げることを強いる者も出てきた。それでも、問屋に頼るしかないタンナーは安い単価で品物を作り続けてきた。

2000年代になると、各業界が盛んにジカをするようになり、その中に皮革製品も含まれていた。さらに、クリエイターが登場し、タンナーは新たな販売経路も獲得する。一方で、タンナーが激減したのと同様に、問屋も大幅に減少した。こういった現状で、問屋を通して得られる仕事量は大幅な増加がないため、タンナーは「問屋力（＝問屋が仕事をメーカーから獲得する力）が落ちた」と問屋を評価するようになりつつある⁽²⁶⁾。そして、タンナーは問屋を昔ほど頼りにしなくなっているという傾向があるという⁽²⁷⁾。とはいえ、大手メーカーとジカができるタンナーは限られている。クリエイターの注文は枚数単位や面積単位といった小ロットの注文で、タンナーへの利益は決して高くはない⁽²⁸⁾。

また、E社が取引してきた大手の問屋は、2015年度をもって爬虫類皮革の取り扱いから撤退することを決めている。爬虫類皮革が高級商品であるからこそ、在庫を抱えたくないなどが理由で、同様の理由から爬虫類皮革の取扱

問屋は減っているという。E社は、仮にすべての問屋が倒産したり、爬虫類皮革の取り扱いから撤退しても仕事を続けていけるような体制を整えていく必要がある、と考えている。タンナーたちは家業を継続させるために「次、次を考えなくてはならない」とする現状があり、問屋頼みでの仕事の獲得を永遠に期待することはできない、と考えている。このように、タンナーと問屋の関係性は今も取引関係を継続しながら変化しているのである。

以上のように、現在豚革と爬虫類皮革が出来るまでに合計で4種類の製造工程が存在する。それまで通りの商売のやり方がまかり通らなくなるたびに、タンナーたちは自分たちの持つ技術やその特色、どのような客と取引をしているかなどの自己の置かれた状況によって商売の方法を変えてきた。地域の中には、このほかにもカバンなどを自社でデザインしそれらを自社の革で作って販売する会社や、地域振興にと地方の害獣皮革の鞣しを行う会社などもある⁽²⁹⁾。しかし、業界の状況や自社の現状をかんがみて子供を継がせないと決めているA氏やB氏などのタンナーも存在している。

このような様々な模索が行われている中で、地域に皮革関連工場が多く存立した時代には、タンナーはどのような方法で商売を行ってきたのだろうか。次章では、その変遷を追い、商売をする上での関連業者たちとの関係を考えていく。

第3章 製造工程をめぐる関係

製鞣革業では、革を鞣し市場へ流通させるために多くの業種と関わっている。それは、原料供給業者、各工程の外注業者、出来上がった革をメーカーへ納める問屋、注文主であるメーカーや商社、クリエーターなどである。その関連業者たちとはどのように関わり、変化してきたのか。

第1節 製造工程の変遷

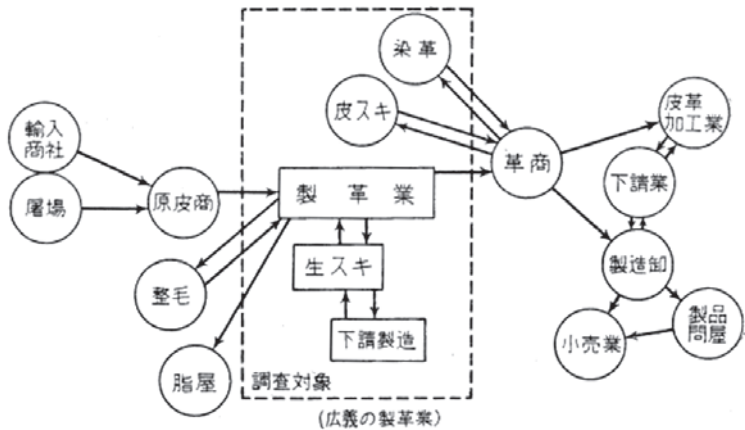


図6 竹内、北村による製革の生産流通関連図

この図は、1963年に地理学の竹内と北村が発表したもので、本稿と同様に東京都墨田区東墨田の製革業を対象としたものである。当時も輸出製品の製造は行われていたので、国内外での流通構造を総合的に図式化したものと考えられる。これが、現在につながる皮革の流通経路であると考えたとき、現在なぜ複数の製造工程が併存しているのかを考えなくてはならない。

タンナーたちは、経済や政策や地域の構造変化などの様々な危機に面したとき、自己の蓄積してきた技術やその時にどのような客と取引をしているのかなどの状況に応じて商売の方法を変えてきた。具体的には、A社は長く取引をしてお互いが信頼し合っている海外のメーカーがいたので小ロットの国内向けの流通から撤退し、B社は細かい注文に対することが得意であったので従来の間屋に絞らずクリエイターという新しい客層を増やした。C社は外注業者がいなくなっても仕事ができるような体制を整え、安定して注文が得られるように取引相手を大幅に増加させた。D社は海外からの注文が減った際に倒産を避けて国内向け製品のみになり切り替えた。E社は製品部門を設けて問屋から仕事を得られなくなるかもしれない将来を危惧して動いている。こ

のような従事者たちの選択によって、複数の生産工程が併存する現状が作り出されてきた。

では、東墨田で製鞆革業が存続できる理由は何か。竹内らは、東墨田内には同業者が地域に多くいるので彼らが地域を占拠して結果的に地域にいることを容認してもらっている、だから仕事を続けることや工場群を形成することが可能であると述べている [竹内、北村 1963:35]。しかし、先述したとおり工場が減り立地空間が住宅地と化すことで産業への理解者が減少した現状では、工場の存続理由を地理的要因だけでは説明できないと考えられる。また、C社が取引する原皮商や屠場（茨城県）、E社のファームなどは遠隔地に存立する。これは、産業地域社会が地域を超えて実行されている現状を表している。

前章の各社製造の工程の図において確認できることは、どの工程においてもメーカー、計量屋、タンナー、皮革関連業者、原皮商や屠場やファームという原料供給者が共通して存在していることである。これは竹内らの図とおよそ変化がない。メーカー以外は原則、直接タンナーと日々やりとりを行う。原料供給者である原皮商やファーム、屠場は電話やEメールで連絡を取り合う。外注業者、加工業者は日々タンナーと直接顔を合わせ口頭で様々なやりとりを行っている。同じ地域で同じものを取扱い、手先が汚れたり、室温調節ができなかったりといったタンナーと類似する仕事環境があり、それを日々のやりとりの中でタンナーと共有できる。彼らはタンナーと同様に地域や業界内では職人と呼ばれるし、本人たちもそのように自称する。昔から地域や仕事を知っている職人たちは類似した価値観を持ち、人によっては友達関係のような仕事の場面にとどまらない交流が長年行われている。

さらに、全製造工程に共通はしていないが問屋も電話でタンナーと日々話をして、仕事の連絡を日常的に交わしている。親からの関係を継承している彼らは、世代によって商売の方法を変化させていく一方で、親たちがとっていた交流方法を踏襲している。親世代の人たちと仕事をしているという現状も理由といえるが、同年代の関連業者とも親世代同様の電話や対面での連絡などをおこなってきた。

A社の国外メーカーも長年仲介業者を入れずに直接やりとりし、革の良し悪しを判断できる能力をA社と同様に持っており、相手の事情を考慮しながら仕事を行っている。

タンナー達は親世代から作られた生産工程における会社同士の繋がりの中で、世代が変わるごとに時代に合わせて多様な関係を作り、その生産工程を再構成してきた。では、先述したような状況を乗り越えてきたタンナー達が、現在も東墨田において仕事を存続できているのはなぜだろうか。つまり、なぜ現在もこの会社や職人同士の関係が維持できているのかを分析する必要がある。

第2節 ツキアイの意味

製造工程を語る上で、タンナーや問屋は取引先との関係をツキアイという言葉を用いて説明した。彼らは「仕事関係」や「縁」などの言葉を使わず、すべての関係をツキアイという言葉で説明する。この言葉を何かに置き換えるときには「信頼」という言い方をすることも多い。そしてツキアイという言葉は以下のように使われる。

- ・海外の会社は少しくらいの納期の遅れは待ってくれるよ。付き合いは親の世代からだし、信頼があるから（A氏）
- ・タンナーは、一度一緒にお仕事をした会社とはお付き合いを切らない（B氏）
- ・付き合いだから問屋は切れない（C氏）
- ・問屋の新年会に行く、付き合いで（D氏）
- ・ファームとの友達のような付き合い（E氏）
- ・この業界ゆるいでしょ、でもそういう付き合いだから（F氏）

このように表現される関係には、彼らの親世代が築き上げたものが含まれる。タンナー達は技術の蓄積や工場という仕事場のほかに、ツキアイという言葉で会社同士の関係を継承する。それを自分の代でより良いものに発展させるた

め、より濃いツキアイをしたり、新しいツキアイを作ったり、疎遠になっても相手のことを忘れず季節の節目などにはツキアイを確認しながら仕事をしている。A氏によれば、ほかの会社との信頼関係は会社同士の間で作られるのではなく、会社の代表である経営者間によって作られる、個人的な関係であるという。B氏も個人間での信頼関係を強調し、それゆえに様々なトラブルを通して信頼関係がなくなった人との関係は断たざるを得ないという。

また、親の代からのツキアイであることも重要な視点である。D社は現在、かつてF氏実家に収めていた量よりも非常に少ない取引を行っている。しかし、そのような小ロットの注文が多くても取引を続けるのは仕事をもらっているからもちろんのこと、両者の関係が「親からのツキアイ」で「ツキアイが長いから」であるとD氏はいう。A社の取引相手は国外のメーカーであるが、やはり国内取引と同様に親からのツキアイを継承している。また、そのツキアイの長さを理由として、信頼関係が構築されており、多少のことでは目くじらを立てたりはしない関係であるという。確かに、ここには経済的理由を超えた関係性を理由とした関係が築かれている。しかし、当事者の考えでは、まさに「個人間の関係」である。

以下の事例にその理由の断片が見受けられるだろう。まず、親から継承したこのツキアイが解消する場合がある。例えば、父の代から取引をしていた会社が代替わりをして、適当な仕事をばかりをする息子が経営者になった。その会社が経済的にうまくいっていても、忽ちそれまでの取引が断たれてしまったという⁽³⁰⁾。

B氏（論文内では、仮名として社名とお話くださった方をアルファベットで記述しています。）は過去に、自身で作った仕事の付き合いを断ったことがある。一年半ほどツキアイのあったクリエイターの仕事が軌道に乗ったところ、B社にも問い合わせがあった。最初はうれしく思っていたB氏であったが、クリエイターが方々への連絡等を怠ったため、トラブルが起き、B社もそれに巻き込まれてしまった。B氏が事の重大さをクリエイターに説明するも、クリエイターの問題の大きさへの理解が不十分であったため、ともに仕事することを辞めざるをえなかった。このような「よほどのこと」がな

い限りはツキアイが続くという。

経営者は仕事関係とも個人関係とも分類しがたい、両面的な関係であるツキアイを、血縁によって個人的に継承していく。そして、世代が替われば継承されてきた土台はあれどもまた新たに関係性を作る必要がある。それは以上のような関係の他にも「子供のころから知っている近所のおじちゃん⁽³¹⁾」と仕事のツキアイを構築することもあれば、「働き出してから出会った他の会社の同年齢の職人や経営者同士で仕事以外にも仲の良い⁽³²⁾」ツキアイをつくることもあるのだ。工場の中でも、それは同様である⁽³³⁾。

これらは、先述した川崎らが指摘する「縁故に基づく信頼」に相当する関係類似しているが、東墨田のタンナーたちは個人同士の関係であることが重視されている。そして、相手の品物が良く組織として信用があっても、人として信じられない相手とはツキアイは存続できないのである。では、この両者をつなぐ信頼は現実にはどのような形で現れるのか。

第3節 ツキアイのなかのユルサ

F氏は、手書きではない書類が少ないことを筆頭に、仕事の仕方に対して否定的な言い回し、前述したような事柄に対しては「ゆるい」「なあなあ」「低レベルな業界」としきりに皮肉る。また、雇用者は知り合いや親戚などの知人であることが多いという。これは問屋業界ではどこも同じであり、F氏はこれも皮肉の対象とする一方で、一緒に働いたった一人の従業員⁽³⁴⁾のことは「にこいち」であるとし欠かせない存在だとしている。

前章でA氏が提示した国外メーカーとの納期延長の事例は、見方によってはユルイということができただろう。しかし、A氏はそれを信頼の証であるとしている。E社も動物の発育状態の関係で納期の遅れが発生すること大前提として了承しているが、E氏親子のいう「友達のような関係」のファームとタンナーの繋がりが、そのような許容範囲を可能にしていると考えられる。C社と屠場の関係も、納品の前日に突然連絡するというのは、受け入れ態勢を作る準備などもあるためあまり好意的な口ぶりでは語られない。しかし、それでもこのような仕事の仕方は容認され、関係する職人たちの間で継

続されてきた。

これらのユルサと称される事柄は工場の中にも存在している。例えば、C社では出勤時刻が5～10分程度遅れる者がいたり、現場では作業の合間をみて適宜にたばこを吸ったり水分補給をしたりして休憩を取っている。逆に、仕事はマニュアル通りの製造方法では対応できず、職人たちはその日の気温や水温や皮の状況によって、使用する薬品の量を細かく調節する必要がある。それらは職人たちの経験によって判断されることである。さらに、盆休みなどの休暇時期でも処理の必要のある生の皮が仕入れられれば工場へ出て来るし、途中になっている仕事が心配で休日に仕事へ来る職人もいる。その日の業務内容によっては、出勤時間の何時間前前から来て仕事をすることもある。職人の仕事は外部者から見ると工場内の単純な肉体労働のようにみえるが、実はそうではなく、試行錯誤をし続けなければならないのである。現場では、品質維持や仕事ぶりがきちんと発揮されていれば、それ以外には比較的寛容であるといえる。また、戦後から高度経済成長期ごろまでの多くの職人は工場やその周辺に住み込み、同僚と同じ釜の飯を食べて、昼夜を問わず仕事をして生活していた。10代半ばから後半の若くして就職した者たちにとって、工場の社長夫婦は親代わりで、会社が家族のような機能を果たしていたこと⁽³⁵⁾が単なる経営者と従業員以上の関係を作っていたことも、彼らの仕事の仕様が容認されてきた理由の一要因であると考えられる。

つまり、彼らがユルサと称するものは、製品の質を厳しく求められることに対しての柔軟な仕事の仕様ではないか。そして、長いツキアイの中でその柔軟なやり方でもきちんと製品を仕上げられることが分かっているため、そのような状況が容認されてきたと考えられる。

第4節 製造工程に内在する関係性

製鞣革業の製造工程には、一度でも仕事をした会社との繋がりを断ってはいけないという暗黙のルールが存在している。そして、そのルールに則り多くのタンナー達が親の作ったツキアイを継承し、自身で作ったツキアイを大切にしながら仕事をしている。また、その関係はユルイと称される商売の方

法の上に成り立っている。

ツキアイが肯定的な評価を受けるのに対して、ユルサは否定的な評価を受ける。しかし、ツキアイが信頼関係になる過程において、相反するユルサの作用は大きいと考えられる。このくらいのいい方で伝わっているだろう、自分の希望した品物を作ってくれるだろう、という期待が必要最低限の用件のみを電話で告げたり、メモ書きのような注文票を作ったりする根源であると分析されるからである。また、納期を多少変更してくれるのも、仕事現場での振る舞いに寛容さを垣間見ることができるのも、ユルサと称しながらそれは相手への信頼が根源にあるからである。相手への期待が顕在化した1つの状況が製鞣革業に存在するユルサであり、このユルサが信頼であるためにワープロを使った注文票を作成しなくても仕事が円滑に進むことや、納期変更などの問題を柔軟に対応することができているのである。そして、そのユルサという信頼では解決できない事柄にのみ、関係が断たれているのである。

第4章 関係性が支える製鞣革業の存続構造

3章で分析した製造工程に内在する関係の実態とは何か。そして、それらはどのように製鞣革業に影響をもたらしているのだろうか。

第1節 ツキアイという関係

ツキアイとは一般的に、社会的に対等なもの同士の互酬的な交渉を指すが、本家分家関係の間の儀礼化されたやりとりを本分家のツキアイと称したり、村の共同作業への出役をツキアイとみなしたりする用法もあって、広義には様々な交渉関係が含まれる。ツキアイで何かをすることによって、お互いの関係を確認し、より強固なものにしようとするところにツキアイの本質がある。ツキアイを適切に行う事は人間関係を維持するために不可欠であり、社会生活の規範として求められることである [福田アジオ 1999 123-124]。

このツキアイの定義を本稿の事例と比較すると、話者の全員が親からのツキアイを継承し、そのツキアイを原則として大切にしていることが窺える。そして、世代が変わると既知の仲でも、新たに個人間での人間性や仕事への信頼を形成していく。そしてツキアイを継続することで相手との信頼関係を構築するという、ツキアイと信頼の相互関係が確認できる。

これまで民俗学が定義してきたツキアイのように、客（問屋やメーカー）と発注先（タンナー）という関係におけるやりとりは業界の中で、人間関係を維持するには不可欠なものである。それでは、タンナーたちにとってのツキアイとは一体何なのか。

先述したとおり、話者達はこの関係を「取引」「仕事関係」「縁」などと呼ばない。そして、信頼関係は個人間で成り立つという。ここに、この仕事関係と個人関係との中間のような関係をツキアイと称していると考えることができ、それは①個人の人間性に対する信頼と、②個人の仕事のやり方に対する信頼⁽³⁶⁾と、③親から譲り受けているという信用であるということ、の3つによって成立しているものである。また、自身が作ったツキアイに関しては関係形成者の責任感が強く伴っている。

つまり、タンナーや問屋などの関連業者達は、単なる仕事関係とも個人関係とも割り切ることのできない関係性であるツキアイを親から継承し自分達で構築し、その関係を大切にしながら家業や仕事を継続させている。ツキアイはユルサという柔軟さの上に成立する。仕事関係と個人間での仕事の場面だけにとどまらない相互理解が出来ている特性を併せ持ち、その両方を使い分けながら時には混合しながら継続してきた関係なのである。

第2節 ユルサの実態

タンナー達は今でも東墨田においてタンナーとして仕事が存続できている理由に、①立地要因（対メーカー・問屋）⁽³⁷⁾②立地要因（地域内の事情）⁽³⁸⁾③メーカーや消費者の日本製品主義⁽³⁹⁾の3つを上げている。①②は地理学による定説で、③は自己の持つ技術力の誇りだ。他社との信頼関係を非常に大切にする一方で、会社の存続理由として挙げる者はいなかった。当事者達

にとっての会社同士の繋がりは、これらの理由があって初めて成り立つものと考えられている可能性がある。

しかし、彼らが自己の業界や仕事ぶりなどを表すときの「ユルイ」という特性は、本人達が考える以上に製造工程を支えている。従業員タンナーの中には自分の職場である工場の外見を揶揄する⁽⁴⁰⁾、あるいは経営者が家業的経営やそれゆえの現場の職人が経営や事務仕事を兼ねる現状を「企業になりきれしていない」「会社なのかわからない」として否定的に表すことがある。しかし、このユルイ状況が継続できるのは長年のツキアイによる信頼関係があるためで、柔軟な対応ができるからではないか。「なかなかデジタル化しない」「会社っぽくならない」でいられるのは、家内制工業としての側面を持ち続ける経営者と従事者たちが仕事をきっちりとこなす関係を長い年月をかけて形成出来ているからである。つまり、ユルサによる柔軟性を生んでいるのは、個人間の相互の期待で、それは従来の組織間信頼では説明できない。ツキアイは経営者同士、あるいは経営者と従業員といった個人同士で築かれ、相手の人間性や仕事ぶりを含めて作られる信頼なのである。だから先述したように、話者たちはツキアイを信頼に換言できるのである。そして、過度な仕事関係でも個人関係でもないツキアイという柔軟な関係が、事例のように相手の仕事の事情を考慮し、ともに仕事をする機会が減少しても繋がりを断たない状況を生み出している。暗黙のルールの効果もある一方で、利益を求めらる中でも個々の人間関係を守ることが、中間業者や外注業者の存続をも助けているのではないか。企業になりきれないのも、家業経営であることも、当事者や調査機関が指摘するほど悪いことではなかったのではないか。むしろ、その事業形態が仕事以外の場面でも関わりを持つことを可能にし、相手を見究めた上でのツキアイを可能にしてきた。個人としっかり関わることが、ユルサという相手への許容量の幅を拡大させ、問題が起きたときには緩衝剤の役割を果たし、業種の維持に繋がっていると考える。

第3節 製鞣革業における存続を支えるもの

以上、タンナーを中心とした製造工程に存在するツキアイとそれを支える

ユルサは、この業種の存続構造を支えるものである。

タンナーや関連業種は親から子へツキアイを受け継ぎ、代替わりごとに再構成してきた。1960年代に流行した流通革命によって中間業者を軽視するほかの業界と異なり、タンナーらは問屋を飛ばさず交渉を続ける慣行を長い間継続させて仕事を行ってきた。そして問屋力が落ちた、とされる現状においても多くのタンナーは問屋との繋がりを継続している。業界内の暗黙のルールと、それに伴う関係性をタンナーが問屋やそのほかの様々な関連業種と築き、維持し発展させてきたことが製鞣革業の特色である。

経済状況や政策の転換などの危機に直面しながらも、この関係を断たなかったのはタンナー達が東墨田で仕事を存続する上で、重要であったからであると考えられる。そして、このツキアイの考え方は、相手が問屋からクリエーターに代わっても、ジカになっても同様の考え方の上で維持し続けられている。今後、外注業者が減り一社ですべての業務を担当するようになっても、工場の中で同様の関係が維持されることが推測できる。タンナー達のツキアイは相手を変化しても存在する、個人間での相互の期待が可能にする柔軟性であるユルサをもって作られる関係性である。仕事面への信用と、個人間での期待によって作られる広い許容範囲がツキアイの構成要素である。一件真逆の存在に見えるツキアイとユルサは密接な関係を持っており、仕事をする上で両者が様々な人同士の関係に介在することで、製鞣革業の存続をささえてきたのである。

おわりに

職人的な性格を持つ職工が多く従事してきたとされる中小規模の工場を中心とした製造構造を、製鞣革業を事例に概観し、そこに存在する関係を明らかにすることで、当業種の存続構造がツキアイという信頼に裏付けられた信頼関係性であることを論じた。そして、そのツキアイが単なる仕事関係とは異なった友達や家族のような関係を包括するために、相手への許容量が増えそれがユルサとして行動や仕事の仕様に現れているのである。ユルサは単な

る他人に対してより大きな許容量のことであり、相手の人柄が分かっているからこその期待なのである。

本稿は業界内の皮革産業に従事する人たちを中心に論じた者であり、彼らの仕事が存続できている理由はこれだけでは立証できない。消費者までの流通や需要、そして地域で共に生活する非産業従事者や元産業従事者達との関係性を明らかにすることを、修士論文での課題とする。

注

- (1) 中小企業庁 平成25年9月発表資料3-4頁より。
- (2) 森恒雄(2002)の大田区、東大阪、浜松、西三河地区の報告の報告。
- (3) 当地域はすでに筆者の卒業論文で調査対象地となっている。卒業論文においては、経済状況や地域の構造などの状況変化に応じて従事者一人一人が最良の選択をした結果、地域において現在に至るまで皮革に関わる業種が継続できていることが明らかになった。本稿では、課題となっていた彼ら個人の選択に同業者や関連業従事者たちがどのような影響を与えてきたのかを、タンナーを中心とするつながりの中から論じるものである。
- (4) C氏兄妹は工場で働く女性におむつを替えてもらったり、一緒に遊んでもらったという。
- (5) 今回対象とはしていないが、現在とあるタンナーの娘(G氏)は小さいときにかわいがってもらった周辺地域の加工会社の社長(H氏)と仕事をしている。
- (6) C社工場長の聞き取りより。工場長はC社で働いていた父を持ち、小学生のころは放課後はタンナーから余った豚の尻尾をもらって、それを油屋で挙げてもらっておやつにする、というのが日常であったという。
- (7) 地域内とあるタンナーの亡くなった父は、地区内でタンナーになった幼馴染である同級生たちと同期会を組んで勉強をしていたという。
- (8) 製革産業産地振興協議会会員名簿からの抜粋で染革業も含まれるが、1981年にはハラ社のタンナーあるいは染革業社があった。[木下川沿革史研究会2005:19]。
- (9) 産業・教育資料室きねがわの展示、及び資料室管理者からの聞き取りより。
- (10) 浄化槽の設置に巨額の費用がかかったため、タンナーをやめて外注業者へと転業した会社がいくつかある。
- (11) E氏聞き取りより。日本国内に6社、その内5社は東京都内にある。
- (12) B氏、A氏聞き取りより。
- (13) A氏、B氏、C氏聞き取りより。
- (14) 屠場から直接皮を仕入れる権利は獲得するために大変な苦労を要するという。屠場からの皮

は脂が取られていないなど未処理なのでタンナーたちにその手間がかかるが、原皮商から購入するよりも安価である。タンナーらは状況に応じてこの権利を金銭で売り買いするが、大変貴重であるためにトラブルのもとになることが多い（C氏、D氏聞き取りより）。また、かつては皮とともに内臓や足も一緒に送られてくる契約であったので、それらをタンナーが専門業者に売ることで収入になっていた（D氏聞き取りより）。

- (15) それまでの経営者家族の仕事は、お茶くみや経理などの内勤であった。
- (16) D氏聞き取りより。D氏も輸出用の皮革の製造から撤退した一人である。
- (17) クリエーターやデザイナーと呼ばれる人達は、調査地では職人とは異なり自らブランドを立ち上げ、デザインをし、販売をする人のことを指す。彼らは駆け出しであることが多く、専門知識があまりない者もいる（B氏より）。
- (18) G氏はB氏のように問屋利用歴のないクリエイターと直接皮革素材を作っている。事情を知らない問屋に文句をつけられても「あなた達がこの客の希望に合う品物を見つけることが出来なかったから自分が面倒を見ているのだ」と主張できるという（東墨田周辺加工業者聞き取りより）。
- (19) F氏聞き取りより。
- (20) F氏聞き取りより分析した。かつての整備されていなかった東墨田へ初めて訪れた時F氏は地面に浮かぶ脂や、生の皮が行き交う街並みに大変驚いたという。
- (21) (13) に同じ。
- (22) 切り抜いてほしい型の図が印刷された紙の上に手書きで枚数や色の希望が書かれている、あるいは手書きの文字のみのものなどである。
- (23) (6) に同じ。
- (24) A氏聞き取りによる。
- (25) D氏聞き取りより。
- (26) 東墨田周辺の皮革表面加工業者からの聞き取りより。
- (27) 今回事例には挙げていないが、八広の皮革の表面加工業者も同じように話し、問屋をそこまであてにできないのではかの問屋へ色見本を持って営業に回るといふ。
- (28) B氏聞き取りより
- (29) 他タンナーからの聞き取りより。
- (30) A氏聞き取りより。
- (31) H氏とG氏の関係。
- (32) D氏とG氏の関係。二人は同い年で、あだ名で呼び合う仲である。どのような仕事をしているのか以外にも、日常生活で相手がどんなことをしたかなどを良く知っている。
- (33) C氏とその工場の職人たちの関係。
- (34) F氏はその従業員と子供の父兄の関係で知り合いになった。独立にあたって、ちょうど従

業員も育児が少し落ち着いたため働き先を探しておりF氏のもとで経理など業務をこなしている。

- (35) C社で働くS氏(69才・女性)は茨城から就職した。40年以上勤続している。入社当時、会社では仕事が忙しく同僚とゆっくり話す余裕がない一方で、3か月に1回は会社の誕生日会を開いたり、定期的に外食へ連れて行ってもらったり、慰安旅行へ行ったりしたという。また、成人式の際には社長夫人にデパートへ連れて行ってもらい振袖を買ってもらい実家へ帰省した。困った時にはなんでも相談し、彼女にとっての会社は家族であり理解者であり「こんなにいい職場はない」という。
- (36) 職人が多い会社であれば、経営者の職人への指導力や経営者が優秀な職人を束ねていることへの信頼も含まれると考えられる。
- (37) B氏、A氏、C氏聞き取りより
- (38) C氏、D氏聞き取りより
- (39) A氏、C氏、F氏、E氏聞き取りより
- (40) タンナーの多くの工場が建て増しをしながら拡張しているため正方形や長方形といった形をしておらず、トタンや板を使った建物の接続部分に隙間があり雨風に弱い。

参考文献

宇田哲雄

- 1999 「川口鑄物業研究の視点—産業の近代化と民俗学—」『日本民俗学 (219)』p98-113 日本民俗学会
- 2008 「町工場」三田村佳子ほか『日本の民俗11 物づくりと技』p188-285 吉川弘文館
- 2012 「産業と地域社会秩序—埼玉県川口市を例として」『民俗学論叢27』p67-80 相模民俗学会
- 2014 「民俗学における産業研究の沿革と重要性について—産業民俗論序説—」『日本民俗学 278号』p69-84 日本民俗学会

岡田伊代

- 2014 「産業従事者の選択—東京都墨田区東墨田の製鞆革業を例に一」

小野里繁、小林重敬、大方潤一郎、和多 治

- 1994 「近年の工場の更新動向と住宅併設状況に関する研究：大田区の住工混在地域を対象に」『都市住宅学(7)』p55-58 都市住宅学会

川崎千晶

- 2009 「産業集積の形成要因としての信頼—組織論的アプローチを中心に」『商学研究科紀要 68』p29-42 早稲田大学大学院商学研究科

- 2014 「組織間信頼の形成プロセス—縁故に基づく信頼の場合」『日本経営学会誌33』 p40-49
日本経営学会
- 金 沙智、角田優子、横山俊祐、徳尾野徹
- 2009 「町工場における職住一致の実態と特性に関する研究—都市活性化に向けての住工混在地域の再編(1)」『学術講演梗概集 E-2、建築計画Ⅱ、住居・住宅地、農村計画、教育』 p337-338 一般社団法人日本建築学会
- 経済産業省関東経済産業局
- 1996 「東京城東地域(墨田区、江東区、足立区、葛飾区、江戸川区)」、『広域関東圏における産業立地の展開に関する調査報告書』 p114-129 経済産業省関東経済産業局
- 榊原雄一郎、西崎雅仁、木野龍太郎
- 2009 「地域産業の発展と地場産業集積の持つ技術—鯖江めがね産地の事例から—」『産業学会研究年報24』 p53-66 産業学会
- 竹内淳彦
- 1974 「東京内部における住工混在地域の構造—荒川区・大田区の分析—」『地理学評論 47(12)』 p748-760 日本地理学会
- 竹内淳彦、北村嘉行
- 1963 「東京における製革業地域の形成—生産地域の形成と存続上の諸問題—」『新地理 10(3)』 p27-3 日本地理教育学会
- 竹内淳彦、森秀雄、八久保厚志
- 1993 「東京東北郊における小規模工場による技術集団—埼玉県八潮市を中心として—」『人文地理 45(2)』 p139-155 人文地理学会
- 皮革産業近現代史編纂委員会 1998『皮革産業近現代史』 東京皮革青年会
- 福田アジオほか 1999『日本民俗大辞典』 吉川弘文館
- 松岡真宏 2001『問屋と商社が復活する日』 日経 BP 社
- 真鍋誠司、延岡健太郎
- 2003 「信頼の源泉とその類型化」『国民経済雑誌 187(5)』 p53-65 神戸大学
- 三田村佳子
- 2008 「職人と社会」三田村佳子ほか『日本の民俗 11 物づくりと技』 p1-30 吉川弘文館
- 2001 「経済 生業(2)商工業・その他：生業を分類すること—商工業という枠組に有効性はあるか」 p38-49 『日本民俗学 (227)(特集 日本民俗学の研究動向 [1997~1999])』 日本民俗学会
- 森恒雄
- 2002 「零細製造業(機械・金属)の経営者特性」 p187-214『中京経営紀要 2』 中京大学

<自治体市史>

板橋区史編さん調査会 1997『板橋区史 資料編5 民俗』ぎょうせい

大田区史編さん委員会 1983『大田区史(資料編)民俗』東京都大田区

北区史編纂調査会 1996『北区史 民俗編3』東京都北区

墨田区役所 1979『墨田区史 上』ぎょうせい

<インターネットサイト>

中小企業庁 小規模事業者の現状と課題について

http://www.meti.go.jp/committee/chuki/kihonseisaku/pdf/001_05_00.pdf (2015年11月21日閲覧)