

日本の伝統産業に対する マーケティング・アプローチ

—岐阜県関市における刃物産業の 伝統技術に基づく市場適応の事例—

A Marketing Approach to Traditional Industries in Japan :
A Case Study of Traditional Knife Industry in Seki-City, Gifu-Prefecture

石崎 徹

Toru Ishizaki

専修大学経営学部

School of Business Administration, Senshu University

■キーワード

伝統産業, 刃物産業, 伝統技術, 製品開発, 製品戦略

■要約

本稿では、岐阜県関市を取り上げ、伝統産業の捉え方、岐阜県関市の概要、関市における刃物産業の歴史と現状を踏まえ、伝統技術に基づく市場適応の事例として、日本刀の製作に端を発する刃物製造技術、および日本刀の外装製造技術が、現代の武道具である居合刀の製品開発および製品戦略にどのようなつながってきているのか、濃州堂の事例を用いてマーケティングの観点から解釈する。

■Key Words

traditional crafts industries, knives industries, traditional techniques, product development, product strategy

■Abstract

This paper identifies the impact of traditional techniques of creating knives and swords on product development and product strategy of iaito which is an imitation Japanese sword for iaido. The author examines traditional crafts industries, an outline of Seki-City, Gifu-Prefecture, and knives production techniques based on techniques of creating Japanese swords. Furthermore, a case of Noshudo which is a manufacturer and retailer of iaido tools is discussed.

受付日 2013年11月8日

受理日 2013年12月10日

Received 8 November 2013

Accepted 10 December 2013

1 はじめに

日本の各地には多くの伝統産業が残されている。たとえば、茶菓子や懐石料理のように老舗と呼ばれる製造業者や飲食店が継承しているもの、漆工芸や陶器のように職人や工房が技術を伝承し、自治体や業界団体が伝統の継承に力を貸しているものなどさまざまである。

そして、伝統産業は、石川県の漆工芸である輪島塗や岡山県の陶器である備前焼、佐賀県の陶器である唐津焼など、地域ブランドとして地域の活性化や地域名の全国的あるいは世界的な認知度向上に寄与したり、地域経済の振興に役立ったりすることも多い。

さらに伝統産業の中には、伝統技術や伝統製品を維持しつつも、現代の顧客ニーズに合わせて、伝統技術をベースとした顧客ないし市場適応を成功させ、さらなる発展を遂げている企業が存在する。

伝統産業は日本各地にさまざまなものが存在し、多面的な形で維持、発展をしているが、本稿では特に、ドイツのゾーリンゲン (Solingen)、イギリスのシェフィールド (Sheffield) と並んで刃物の世界三大産地であり、刃物の3Sと呼ばれている岐阜県関市を取り上げる。そして、伝統産業の捉え方、岐阜県関市の概要、関市における刃物産業の歴史と現状を踏まえ、伝統技術に基づく市場適応の事例として(有)濃州堂を取り上げる。最後に総括を行う。

2 伝統産業の捉え方

伝統産業については明確な学問的定義が存在するわけではない。ただし、伝統的工芸品産業という名称で、その振興に関する法制定がされている。

「伝統的工芸品産業の振興に関する法律 (伝産法)」は昭和49年(1974年)5月25日、法律第

57号として公布されている。この伝産法に基づき、経済産業大臣が指定した工芸品が、伝統工芸品と呼ばれている(経済産業省 web サイト)。

経済産業省商務情報政策局伝統的工芸品産業室および一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会¹⁾によれば、指定の要件には以下のような項目と内容がある(経済産業省 web サイトと伝統工芸青山スクエア web サイトより作成)。

1. 主として日常生活で使用する工芸品であること。

冠婚葬祭や節句などのように、一生あるいは年に数回の行事でも、生活に密着し一般家庭で使われる場合は、「日常生活」に含む。工芸品は「用の美」ともいわれ、長い間多くの人の目や手に触れることで、使いやすさや完成度が向上する。また色・紋様・形は、日本の生活慣習や文化的な背景とも深く関わっている。

2. 製造工程のうち、製品の持ち味に大きな影響を与える部分は、手作業が中心であること。

すべて手作りでなくても差し支えないが、製品の品質、形態、デザインなど、製品の特長や持ち味を継承する工程は「手作り」が条件である。持ち味が損なわれないような補助的の工程には、機械を導入することが可能である。製品一つ一つが人の手に触れる工程を経るので、人間工学的にも妥当な寸法や形状となるし、安全性も備えている。

3. 100年以上の歴史を有し、今日まで継続している伝統的な技術・技法により製造されるものであること。

伝統的とはおよそ100年間以上の継続を意味する。工芸品の技術、技法は、100年間以上、多くの作り手の試行錯誤や改良を経て初めて確立すると考えられている。技術と技法は一体不可分なものなので、どちらかといえば技術は、「技術を磨く」といわれるように「一人一人の作り手の技量」「精度」に関わりが強く、技法は「原材料の選択から製法に至るノウハウの歴史的な積み重ね」に関わるものといえる。伝統的技術、技法は、昔からの方法そのままではなく、根本的な変化や製品の特長を変えることがなければ、改善や発展は差し支えない。

4. 主たる原材料が原則として100年以上継続的に使用されていること。

100年間以上の継続を意味し、長い間吟味された、人と自然にやさしい材料が使われる。なお、既に枯渇したものや入手が極めて困難な原材料もあり、その場合は、持ち味を変えない範囲で同種の原材料に転換することは、伝統的であるとされる。

5. 一定の地域で当該工芸品を製造する事業者がある程度の規模を保ち、地域産業として成立していること。

一定の地域で、ある程度の規模の製造者があり、地域産業として成立していることが必要である。ある程度の規模とは、10企業以上または30人以上が想定されている。個々の企業だけでなく、産地全体の自信と責任に裏付けられた信頼性がある。

2013年（平成25年）3月時点で伝産法に基づいて指定された伝統工芸品は215となっている。その内訳は図表1の通りである。

「伝統的工芸品」の指定を受けるためには、指定申し出のできる要件を備えた協同組合等が、「伝統的工芸品の指定の申出書」を提出し、指定の申出を、いくつかの行政機関を経て経済産業大臣に対して行う。都道府県知事等から経済産業局を経て経済産業省の担当課に提出され、大臣の諮問機関である産業構造審議会の意見を聴いて、経済産業大臣が伝統的工芸品として指定することになる。

伝統的工芸品として指定を受けると、指定協同組合等は伝産法にしたがって、伝統的工芸品産業の振興を図るための振興計画を作成し、国、地方公共団体等の助成措置（補助金、金融、税制措置等）を受けることができる。

このように伝統工芸品としての指定を受けることで、ブランド価値を高めることができる。これは一種のブランド・エクイティ構築のための二次的なブランド連想の活用で、特に国家機関という第三者ソースの活用によるものである（Keller, 2008）。

また、伝統技術の保護や後継者の育成などに国

図表1 伝統工芸品指定一覧

織物	35
染色品	11
その他繊維品	4
陶磁器	31
漆器	23
木工品・竹工品	30
金工品	14
仏壇・仏具	16
和紙	9
文具	9
石工品	4
貴石細工	2
人形・こけし	8
その他工芸品	16
工芸材料・工芸用具	3
合計	215

出所：伝統工芸青山スクエア web サイト業種別 (<http://kougeihin.jp/crafts/introduction/categories>) より作成

の補助金が下りることは、こうした諸点に悩みを抱えている伝統産業にとっては大変な魅力であろう。

一方で、手続き的に煩雑なのと、指定された後の「しぼり」を気にしている団体も少なくない。指定を受けなくても産業として現在は成立していたり、伝統産業のコア技術を用いて現代的な製品や伝統工芸品あるいは伝統工芸品の代替品を製造販売していたりする産業にとっては、むしろ指定を受けなくても、もしくは受けない方がいいという場合もある。

そこで本稿でいう「伝統産業」とは、経済産業省の定める伝統工芸品の構成要素の中から、100年以上の歴史を有し、今日まで継続している伝統的な技術・技法、および原材料が「継承され」、一定の地域で、地域産業ないし地場産業として成立していることと定義する。

3 岐阜県関市の概要

関市役所や関市観光協会のwebサイトにおける公表資料をまとめると、関市は日本および岐阜県の中央部に位置し、中濃地方に属する。岐阜市に隣接し、名古屋市から約40km、高速バスでおよそ1時間の距離である。

産業としては、約700年前の鎌倉時代に端を発する日本刀製作と日本刀製造技術に基づく刃物産業が有名である。このことから、関市(Seki)は、ドイツのゾーリングゲン(Solingen)、イギリスのシェフィールド(Sheffield)と並んで、刃物の3Sと呼ばれている。

また、日本刀製作が産業として成立した理由にも深く関連するが、関市は東西日本の分岐点であり、既述の通り岐阜県の中央部でもあることから、古くより交通の要衝となっていた。

「関州市勢要覧2011」を参照すると、古代においては、長良川の水運による利便性を活かして武儀郡を治める郡役所(史跡：弥勒寺官衙遺跡群)が、長良川河畔に置かれ物流の中心として栄えた。中世、関市内には重要な街道が通っていた。たとえば、郡上街道は美濃と飛騨を結ぶもので、白山に参詣する人々で大いに賑わいを見せていた。その他、東山道の枝道である飛騨街道や、東山道の別街道である木曾川西古道等々があり、交通量の増加とともに活発な交流が促進され、経済発展へとつながっていった。なお、こうした交通の要衝ということで濃州関所が設けられ、関市の名称はこの濃州関所がもととなっている。

この交通網は現代にも継承されている。関市では、高速道路網の早期整備と、近隣主要都市を結ぶ国道・県道の整備を促進し、交通網のきめ細やかな整備を行っており、経済発展に寄与している。

また、昭和59年(1984年)には関工業団地が操業を開始し、平成8年(1996年)より岐阜県下8番目の工業団地として、関テクノハイランドが分譲を開始した。関テクノハイランドには、自

動車関連産業や航空機器の金属部品産業、金型やメッキ関連産業などが進出している。

このように関市は、伝統的な地場産業とその他の産業、およびハイテク産業がバランスよく発達しているのが特徴である。他には豊かな土地を生かした農業、林業、また豊富な観光資源を生かした観光業などが盛んである。

4 関市における刃物産業の歴史と現状

関市の刃物産業が、日本刀の製作に起因することは歴史上有名である。関市観光協会のwebサイトや「関州市勢要覧2011」によれば、関市に刀鍛冶が誕生したのは鎌倉時代で、現在からおよそ700年前、刀祖「元重」が関の地に移り住み、刀鍛冶を始めたのがきっかけとされている。そして、関鍛冶の始祖とされた元重を顕彰し「元重翁之碑」が昭和34年(1959年)に建立された。また、毎年11月8日には元重をたたえる「ふいご祭り」がこの碑の前で執り行われている。

元重の関鍛冶始祖説に対して、関における刀剣史の研究家である杉浦(2010)は、「元重」の名が江戸時代の文書に出てはいるが、それを証明するための「元重」作の刀が現存していない以上、元重関鍛冶始祖説は伝説に近い存在だと言わざるを得ないと指摘している。

刀剣研磨と鑑定を家業とする本阿弥家で用いられてきた日本刀鑑定のための作柄を判定する伝法として五箇伝がある(本阿弥, 1955)。五箇伝とは、山城伝(山城国:京都)、大和伝(大和国:奈良)、相州伝(相州:鎌倉)、備前伝(備前国:岡山)、美濃伝(美濃国:岐阜)のことを指す。そして、五箇伝中、美濃伝が最も新しいことは日本刀研究における標準的な見解になっている。たとえば、常石(1967)によれば、美濃伝が発生するのは鎌倉時代の志津三郎兼氏、金重からとされている。一方で、杉浦(2010)は、美濃鍛冶が確実にいたといえるのは現存する彼らの作品から南北朝時代ぐらいから後と指摘している。

杉浦（2010）によれば、美濃鍛冶の先祖は、大和（奈良）から移ってきたという。平安時代末期から鎌倉時代にかけての大和国の大きな寺社は、僧兵を抱えており、武器調達のため刀鍛冶も寺社に所属して作刀していた。しかし、鎌倉幕府が成立すると、政治の中心が鎌倉に移り、近畿地方に残ったのは公家だけになってしまい、さらに鎌倉幕府が寺社の特権をはく奪していったので、力が落ちてしまった。その結果、顧客を失った刀鍛冶たちも新しい顧客を求めて全国に散って行った。そのひとつの流れとして西濃に住み着いた人たちが、美濃鍛冶の始まりだという。戦国乱世の中、美濃地方の実権を掌握した齋藤氏が拠点を東美濃（岐阜市を中心にした地方）に置いたことで、鍛冶グループも東に移り、関の地に落ち着いたと指摘している。

関市観光協会のwebサイトによれば、関周辺に刀鍛冶が集まってきた理由として、良質の焼刃土²⁾と焔に使う松炭、そして長良川と津保川の良質な水があり、刀鍛冶にとって理想的な風土条件を備えた土地であったと解説している。一方、杉浦（2010）は日本刀の原料である砂鉄が長良川では採取できず、焼刃土もさほど重要な要素ではなく、むしろ砂鉄は外から入ってきたのだらうと指摘し、長良川に近い関の地は素材の入手、製品である刀の搬出に都合がよく、室町時代の物流の最高手段である船運が効率的に機能したとしている。

また同じく杉浦（2010）は、日本刀の大量生産、大量販売を始めたのも関鍛冶だと分析している。室町時代の後半は、戦乱のため、刀の需要がピークを迎えた時代である。そこで、多少鍛練が不足していたり、傷があったりしても、工業的な生産システムをとり、分業作業によって日本刀を製作するようになった。大量生産により安価な商品を、大量販売するというのを始めたのが関鍛冶集団であったということだ。

慶長8年（1603年）に徳川幕府が成立し平和な時代になると、日本刀に対する武器としての需要は急速に低下し、また刀鍛冶は各大名家に抱えられたり、大名の城下町に移ったりするなどし、

関の刀鍛冶も新たな顧客を求めて全国に散って行った。たとえば、井戸（2010）によると、享保5年（1720年）の記録では、関に鍛冶屋が94名いて、そのうち刀鍛冶が2名、小刀鍛冶が61名、薄刃（包丁）鍛冶が8名、剃刀鍛冶が16名、その他が7名となっている。つまり、関に残った鍛冶屋は日本刀以外の刃物づくりに転向していたのである。

明治元年（1868年）に明治維新を迎え、明治9年（1876年）に廃刀令が出され、日本刀専門の鍛冶は大打撃を受けることになるが、関の鍛冶屋はいち早く刀以外の刃物づくりに転向していたため、断髪令によって需要が高まっていた散髪ばさみやバリカンなどを含めた近代刃物づくりに適合していったのである（井戸、2010）。

現在は、関市独自調査による工業統計（平成22年分：2010年）によると、従業員4名以上事業所の製造品出荷額合計が2865億1116万円であるのに対し、金属製品製造業は739億1260万円、その内、刃物に相当する利器工匠具・手道具は311億6208万円となっている。関市における製造品出荷額合計の10.88%、金属製品製造業の42.16%を占める産業規模となっている。梅田（2013）によれば、平成22年（2010年）の経済産業省による工業統計表から、家庭用刃物類（食卓用食器、理髪用、包丁、ナイフ、ハサミ、工匠具「爪切り・缶切り等含む」）の出荷額は、岐阜県が全国の47.2%を占めており全国第1位である。第2位は新潟県の28.4%であり、岐阜県と併せて刃物の「二大産地」を形成していると指摘している。製品別で見ても、「カミソリ、理髪用刃物」（130億1700万円、76.6%）（図表2）、「ナイフ類」（33億2900万円、74.1%）（図表3）、「包丁」（60億2800万円、51.0%）（図表4）、「ハサミ」（33億5000万円、34.3%）（図表5）、「その他利器工具」（28億8700万円、49.8%）（図表7）で、いずれも全国シェア1位である。「食卓用刃物」（1億8200万円、4.0%）（図表6）だけは新潟県が96%のシェアを占めている。

また地域ブランド戦略においても、特許庁は、

平成20年（2008年）6月24日に協同組合岐阜県刃物会館の依頼により、地域名と商品・サービス名を組み合わせた「地域団体商標」制度に関して、「関の刃物」に商標登録査定を出している（BRIブランド総合研究所，2008）。

5 | 伝統技術に基づく市場適応の事例

以上のように関市は、鎌倉、室町時代から培った刃物製作技術を伝承し、現代ではカミソリ，理

図表2 カミソリ，理容用刃物

順位	産地	出荷額（百万円）	シェア（%）
1	岐阜県	13,017	76.6
2	新潟県	1,331	7.8
3	兵庫県	552	3.2
4	大阪府	536	3.1
5	東京都	160	1.1
6	その他	1,398	8.2
	合計	16,994	100.0

図表4 包丁

順位	産地	出荷額（百万円）	シェア（%）
1	岐阜県	6,028	51.0
2	新潟県	4,209	35.6
3	大阪府	440	3.7
4	福井県	340	2.9
5	高知県	258	2.2
6	兵庫県	220	1.8
7	長崎県	31	0.3
8	その他	296	2.5
	合計	11,822	100.0

図表6 食卓用刃物（ナイフ・フォーク・スプーン）

順位	産地	出荷額（百万円）	シェア（%）
1	新潟県	4,463	96.0
2	岐阜県	182	4.0
	合計	4,645	100.0

図表3 ナイフ類

順位	産地	出荷額（百万円）	シェア（%）
1	岐阜県	3,329	74.1
2	兵庫県	69	1.6
3	その他	1,093	24.3
	合計	4,491	100.0

図表5 ハサミ

順位	産地	出荷額（百万円）	シェア（%）
1	岐阜県	3,350	34.3
2	兵庫県	1,725	17.6
3	新潟県	1,629	16.7
4	大阪府	1,543	15.7
5	東京都	125	1.3
6	その他	1,406	14.4
	合計	9,778	100.0

図表7 その他の利器工具（爪切り，缶切り，栓抜き）

順位	産地	出荷額（百万円）	シェア（%）
1	岐阜県	2,887	49.8
2	新潟県	1,360	23.4
3	兵庫県	740	12.8
4	東京都	130	2.2
5	大阪府	129	2.2
6	その他	555	9.6
	合計	5,801	100.0

注：元データは、経済産業省，平成22年（2010年）工業統計表
出所：梅田（2013）pp. 11-13

容刃物、ナイフ、包丁、ハサミなどの生活用品や業務用用品で高い品質の製品を提供している。

また、刃物を代表する「関の刃物」という地域ブランドによって、さらには関市で創業し、現在でも関連会社が関市にある貝印（株）が、自社の包丁製品に「関孫六」³⁾という歴史上有名な関の刀鍛冶の名称を使用することで、優れたブランド効果を発揮している（貝印 web サイト）。

日本刀製作で培った伝統技術は生活用品や業務用品のほかに、特殊用途である武道具の製作にも活かされている。刃物製作の技術を武道具製作に応用している事例としては、居合刀の製作があげられる。

居合刀とは居合道⁴⁾という武道の稽古で使用される模擬刀⁵⁾を指す。居合道の稽古をする上では、本来、真剣である日本刀が稽古道具として必要である。しかし、日本刀は大変高価であり、最初から入手するには経済的負担が大きい。また日本刀には鋭利な刃がついているため、初心から初級のうちは自身の身体を負傷したり、勢い余って道場の床に切り付けたりする危険性が伴う。さらに、日本刀は適切な手入れを施さないと、純度の高い鋼でできているため、錆が生じやすい。

その点、居合刀は、日本刀に比べて安価であり⁶⁾、日本刀とは異なり鋳物であるので、焼き刃加工ができず、切れないという点では安全性が高い。また亜鉛合金などの非鉄金属が原料であり、完成品にはメッキがかけられるため、錆に対して強く、手入れが簡単である。さらに、日本刀は銃砲刀剣類所持等取締法（銃刀法）上、登録が必要であり、場所によっては持ち込みや使用に制限がかけられる場合があるが、居合刀は登録の必要がなく、持ち運びや使用の制限が日本刀に比べればゆるい。

居合刀は居合道初心者の稽古導入時や初級者の稽古用に適切だけでなく、中・上級者の稽古時における日本刀の代用品として、あるいは日本刀の持ち運びや使用に制限がある場合にも有用である。

関市および隣接する各務原市にも多くの居合刀

製作会社および販売会社が存在している。用途が居合道の稽古道具に限られており、手作業に頼る部分も多いため、大規模メーカーによる大量生産というよりは、小規模な製造販売業者、あるいは個人ないし数人の職人による工房のようなものが多い。特に業界団体のようなものもないため、正確な事業者数を計算することは難しい。

本稿では、筆者が直接取材した（有）濃州堂の製品開発と製品戦略による顧客対応の事例について、伝統産業継承の観点から紹介する。

5.1 （有）濃州堂の製品開発、製品戦略

（有）濃州堂（以下、濃州堂と表記）は、昭和40年（1965年）ごろから五十嵐康夫氏が創業し、当初から居合道専門の刀（日本刀と居合刀）を製作してきた（剣道日本編、2006；濃州堂編、2013）。

居合刀の材料には、一般的に亜鉛合金が使用されている。居合刀の刀身は、多くが鋳造メーカーで作られる。亜鉛合金を金型に流し込んで鋳造し、日本刀の形に成形していくのが一般的な製作工程である。この製作工程である問題点が生ずる。金型に亜鉛合金を溶かしたものを流し込める際、一緒に空気も入ってしまい、逃げようがないのでそれが気泡になってしまう。気泡が多く入っていると、それだけ強度が落ちてしまう（沖野、2006）。居合道は直接刀同士を打ち合わせたり、何かモノを叩いたりということはほとんどないが、居合刀を振っているだけで、鏢元から折損する事例がある。何度も振ることでの経年劣化による金属疲労がひとつの原因である。それとともに、刀身の中に残る気泡によっても強度が落ちていることが現在では判明している（沖野、2006）。

これに対し、濃州堂では独自の特殊硬質合金を使用し、「砂型製法」による鋳造によって強度を高めている。砂型製法とは、鋳型を砂でつくることにより空気を湯口から逃がし、刀身に気泡をできるだけ残さないための方法である。圧縮製法で作られる刀身は気泡と一緒に固められるため、刀身の中の気泡は少し大きくなる。砂型製法で作られた刀身の方が粘りもあり、より安全性が高い

といえる（剣道日本編，2006；濃州堂編，2013）。

居合道の場合，修行する流派，体格，性別などにより居合刀の長さや重さに違いがある。また居合刀の外装（柄の形状，作り，柄巻，柄糸の材質と色，^{はばき} 釧，目貫，縁，頭などの金具類，鍔，鞘の塗り，色と形状など）も顧客の好みが反映される部分である。濃州堂では既製品も販売しているが，基本的には受注生産により顧客別にカスタマイズした対応を取っている。しかし，顧客があらゆる知識を有していて，完全に注文できるとは限らない。むしろ，十分な知識を有している顧客の方が稀であろう。

外装については上記のように大変細かく分かれている。刀身についても長さや重さの他に，振った時のバランス，反り具合，元幅と先幅の差，樋⁷のあるなし，掘る場合の形状，深さ，刃紋⁸のデザインなど注文すべき事項が細分化されてくる。さらに，刀身，外装とも普及品から高級品用のものまでさまざまなグレードのものがある。これらを適切に考慮して，自分専用の居合刀を注文するのは大変困難である。

そこで濃州堂では，長さは修行する流派と身長，体格から計算し，長さに適した重さの居合刀を提供することができる。刀身と外装に関しては，普及品から高級品まで3シリーズ，4タイプに分類している。

普及品は「初伝居合刀」で，好みが分かれる前の標準的な規格，初心者向けであり，身長，年齢，性別に合わせて製作可能である。中級品は「中伝五十嵐刀」で，実践的な機能を追求する人のための居合刀であり，自分にあったオリジナル居合刀を製作することができる。高級品には，「奥伝濃州作」と「奥伝真剣作」の2タイプがある。前者は本物を追求する人のための居合刀で，日本古来の雰囲気を楽しめる名品であり，後者は真剣の雰囲気を持つ本格的な拵⁹にこだわった居合刀で，職人の技が楽しめるものである（濃州堂編，2013）。

初伝，中伝，奥伝の違いは，刀身のタイプ，外装のグレード，および外装の選択肢である。価格帯は，初伝が33,000円から49,000円，中伝が

50,000円から59,000円，奥伝が72,000円から126,000円である。さらに特殊な長さにしたり，外装をグレードアップしたりすれば，加算料金が発生する（濃州堂編，2013）。

濃州堂の製品開発および製品戦略は，グレード分類をし，各グレードにおける標準的なオプションを提供することで，顧客からの受注生産でありながらマス・カスタマイゼーション（Pine, 1992）を実現している点にある。グレード分けすることで，顧客が自分の力量や体格などと比較しながら居合刀を選ぶことができ，さらに外装の組み合わせで，顧客別にオリジナル性の高い製品を提供できることが，濃州堂の顧客対応として優れている点である。

また品質保証制度を導入している点も，顧客側に安全安心を提供するのに役立っている。一本一本の居合刀は，顧客の注文書に沿ってほぼ手作業で製作されるが，最終的には中心¹⁰に個別の製造番号を刻印し，「居合刀製造証明書」を製品に付与する。この証明書は居合刀の品質保証書であると同時に，刀身の材質の証明書にもなる。稽古への行き帰りに稀に警察官による職務質問を受ける場合があるが，その時にこの証明書があれば，対応がスムーズになるという点も顧客にとっては親切である。購買後の使用時におけるケアまで考慮されている例である。

5.2 伝統産業の継承から見た濃州堂の製品戦略

関市における刃物産業の継承が，濃州堂の居合刀製作にいかなる影響を及ぼしているのだろうか。まずは刀身強度へのこだわりである。

濃州堂編（2013）によれば，「日本刀にみられる『折れない為に中心の鉄（心鉄）には柔らかい純鉄を，曲がらない為に外側には硬い鋼（皮鉄）で包む』という技法に習い，当社の模擬刀の刀身は砂型製法による鑄造にすることで，強くて粘りある刀身にしております。

また，一般的に広く使われているダイカスト合金より性質の高い，当社独自の特殊硬質合金を使用することで，折れにくく安全性の高い製品に

なっております」と説明されている。

これは単に刃物という枠を超えて、日本刀をベースにした武具ないし武道具へのこだわりがあると見て取れる。濃州堂の五十嵐啓司氏へのインタビューにおいても¹¹⁾、美術刀剣のような観賞用ではなく、居合刀はあくまで武道の稽古で使用するためのものなので、日本刀が本来有している、折れず曲がらずという機能と使い手による使いやすさを追求している、という趣旨の話が出ていた。これは居合刀が単に日本刀の形状的な模造であるだけでなく、切れないということを除けば、日本刀が本来的に有している機能を追求した製品開発が行われているということであり、関市に伝承されている日本刀製作の伝統技術とコンセプトが現代的に活かされている事例である。

さらに居合刀を使用できるようにするためには、外装が必要である。しかも真剣用、あるいは真剣用に限りなく近いものを用いる必要がある。

たとえば、鑑賞目的で販売されている模擬刀を居合道の稽古で用いると、柄が簡単に折れてしまうことがある。これは振ることを前提に製作されたものではなく、海外などへのお土産物、観賞用として製作されているためだ。観賞用のため、柄はプラスチック製で耐久性が大変低い。刀身だけで700グラム～800グラム程度の非鉄金属の棒状のものを振ることを前提とする場合、しっかりと耐久性のある柄を製作することが必要である。また柄は、朴木を削り、下木地に鮫革と呼ばれるエイの乾燥革を張って補強し、絹、木綿、あるいは皮製のひもを独特の伝統技術で巻き上げる柄巻という作業から生まれる。さらに、柄には柄糸の下に目貫と呼ばれる金具を挟みこみ、前後には金属製の縁と頭という金属がはめられる。これらの製作技術は江戸時代には最終的に確立し、現在も職人の間で伝承されている伝統技術、伝統文化である。

居合刀はいわば日本の伝統文化や伝統技術の集合体である。居合刀の刀身を製作する職人、鞘と柄の下地を製作する鞘師、鞘の漆（普及品はウレタンなど）を塗る塗師、柄糸を巻く柄巻師、鉦を

製作する白銀師、金具類を製作する金工師などさまざまな職人＝作り手が関与し、各パーツが集合することでひとつの武道具として機能する。ひとつひとつの工程が伝統文化の背景を持つ技術であり、長い時間をかけて伝承されてきた。そして、その伝統技術が現代に実際に使用される製品に活用されている大変ユニークな事例である。

6 | 結びに代えて

本稿において論じてきたことについて、ポイントをまとめておこう。

第2節では、伝統産業の捉え方として、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法）」に基づいた伝統工芸品の概要を検討した。本稿における「伝統産業」とは、伝統工芸品の指定要件のうち、100年以上の歴史を有し、今日まで継続している伝統的な技術・技法、および原材料が「継承され」、一定の地域で、地域産業ないし地場産業として成立していることと定義した。

第3節では、関市役所や関市観光協会の公表資料をもとに岐阜県関市の概要を記述した。関市が日本および岐阜県の中央部に位置していること、市名が市内にあった濃州関所に由来していること、約700年前の鎌倉時代に端を発する日本刀製造と日本刀製造技術に基づく刃物産業が有名であること、東西日本の分岐点であり、古くから交通の要衝となっていたこと、日本刀製造に端を発する伝統産業である刃物製品の製造とハイテク産業がバランスよく発達していることを指摘した。

第4節では、関市における刃物産業の歴史と現状を検討した。美濃地方に刀鍛冶が集まった理由としては、鎌倉幕府の成立による大規模寺社の勢力減退、それに伴う僧兵による武器需要の低下があげられた。また、関市の概要で述べた物流の良さも日本刀を製造し販売する上で好都合であったといえる。徳川幕府の成立により、美濃鍛冶も全国へ流出したが、関に残った鍛冶屋はいち早く刀以外の刃物づくりに転向したことが、後の関市に

における刃物産業の隆盛につながり、現在は刃物製造において全国シェア第1位の理由になっていることが論じられた。

第5節では、伝統技術に基づく市場適応の事例として、日本刀の製造に端を発する刃物製造技術、および日本刀の外装製造技術が、現代の武道具である居合刀の製品開発および製品戦略にどのようなつながってきているのか、濃州堂の事例を用いてマーケティングの観点から解釈した。濃州堂が優れている点として次の3点をあげた。

第一は、刀身製作において独自の特殊硬質合金を使用し、「砂型製法」による鑄造によって強度を高めている点である。

第二は、完全に受注生産をベースとしながらも、顧客が発注しやすいように普及品から高級品まで3シリーズ、4タイプに分類することで、マス・カスタマイゼーションを実現している点である。

第三は、「居合刀製造証明書」を製品に付与することで品質保証制度を導入し、顧客による購買後の使用時におけるケアまで考慮されている点である。

最後に、関市における刃物産業の継承が、濃州堂の居合刀製作にいかなる影響を及ぼしているの

か検討した。まずは、日本刀の折れず曲がらずというコンセプトをベースにした同社の刀身強度へのこだわりがあげられた。つまり切れないということを除けば、日本刀が本来的に有している機能を追求した製品開発が行われているということであり、関市に伝承されている日本刀製作の伝統技術とコンセプトが現代的に活かされている事例である。

次に、日本刀の外装製作において多くの職人が関与し、伝統技術、伝統文化が現代において実際に使用される製品に活用されている大変ユニークな事例であるとした。

以上のように本稿では、関市における日本刀製作に端を発した刃物産業が居合刀という伝統文化を反映した現代製品の開発や製品戦略にどのように影響しているのかを考察した。しかし、本稿には個別に論ずべき点が多々凝縮している。たとえば、伝統産業論や伝統工芸品のビジネスとしての側面、関市の産業における刃物関連産業の現状と課題、武道具用品のマーケティング問題などである。これらはひとつひとつ詳細に分析されるべき分野であり、今後、個別に検討する機会を持ちたい。

●謝辞

本稿は、平成23年度(2011年度)専修大学研究助成(個別)「伝統産業のマーケティングに関する事例研究」の成果の一部である。記して感謝申し上げます。

本稿作成にあたって、(株)濃州堂の五十嵐啓司氏へ平成23年(2011年)9月1日にインタビューを行った。記して感謝申し上げます。

●注

- 1) 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会とは、伝統的工芸品産業の振興に関する法律に基づき、伝統的工芸品産業の振興を図るための中核的機関として、国、地方公共団体、産地組合及び団体等の出捐等により設立された財団法人である。一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会は、全国の伝統的工芸品産業の振興を図るとともに、一般消費者、生活者が伝統的工芸品を正しく理解してもらうことを目的として、国、地方公共団体、産地組合及びその他の機関の協力を得て各種事業を行っている(伝統工芸青山スクエアweb)。
- 2) 焼き入れをする前に、刀身に粘土状の土を塗ることで、焼きが強く入る部分とそうでない部分を作り、刃と地

とで焼きの入り方を変える。これによって刃と地の間に独特の刃紋といわれる模様が生じる。

- 3) 孫六は、刀工名を「兼元」といい、二代の俗名である。文明(1469-1486)永正(1504-1520)ごろの鍛冶で、美濃鍛冶を代表する鍛冶である(杉浦, 2009)。「三本杉」という刃紋を焼き、切れ味がいいことから、現代でも包丁などのブランド名に使用されている。
- 4) 居合とは「立合」に対する言葉で、昔は流派によって「居相」「抜合」「座合」「抜刀」「抜剣」「鞘の内」「利方」など、さまざまな言い方がされていたが、いずれも、敵の不意の攻撃に対して、一瞬をおかずに刀を抜き、敵に乗ずる隙を与えないで勝つ剣技である(剣道日本編集部編, 2006)。
- 5) 日本刀＝真剣が和鉄を用いて、古来の日本刀製法に基づいて鍛練されて造られた刀であるのに対し、居合刀＝模擬刀は非鉄合金使った鑄物であり、鑄型に金属を流し込んで固めたものである。
- 6) 濃州堂で販売されている製品の価格によれば、居合道専用に現代刀匠によって製作された日本刀が60万円-70万円程度であるのに対し、居合刀は最低で3万円程度で入手可能である。

- 7) 刀身に掘られた棒状の溝。刀身重量の軽減とH鋼の原理による曲がりにくさを出すための伝承もある。
 - 8) 日本刀の場合は焼き入れの時にできる刃と地の境にあられる模様。居合刀の場合には刀身にデザインすることになる。
 - 9) 外装一式のこと。
 - 10) 刀身を柄にはめる部分。
 - 11) 2011年9月1日(木)、(有)濃州堂本社にて五十嵐啓司氏へインタビューを行った。
- 参考文献
- Keller, K. L. (2008), *Strategic Brand Management, 3rd Ed.*, Prentice-Hall (恩蔵直人監訳 (2010)『戦略的ブランド・マネジメント第3版』東急エージェンシー).
- Pine II, B. J. (1992), *Mass Customization: The New Frontier in Business Competition*, Harvard Business School Press (坂野友昭・江夏健一監訳, IBI国際ビジネス研究センター訳 (1994)『マス・カスタマイゼーション革命—リエンジニアリングが目指す革新的経営』日本能率協会マネジメントセンター).
- 井戸誠嗣 (2010)「刀都 関を訪ねて」剣道日本編集部編『居合道虎の巻 其の参』スキージャーナル, pp. 118-119.
- 梅田清隆 (2013)「地場産業等調査 刃物 平成24年度」公益財団法人岐阜県産業経済振興センター, <http://www.gpc-gifu.or.jp/chousa/jiba/knife.pdf>, 2013年10月1日参照。
- 沖野規匡 (2006)「居合刀の重さについて考える」剣道日本編集部編『居合道虎の巻 其の壱』スキージャーナル pp. 130-131.
- 剣道日本編集部編 (2006)『写真で学ぶ全剣連居合』スキージャーナル。
- 剣道日本編 (2006)「居合刀の賢い選び方, 扱い方 居合道専門店濃州堂に聞く」剣道日本編集部編『居合道虎の巻 其の壱』スキージャーナル, pp. 124-127.
- 杉浦良幸 (2009)『日本刀物語』里文出版。
- 杉浦良幸 (2010)「刀都 関を訪ねて」剣道日本編集部編『居合道虎の巻 其の参』スキージャーナル, pp. 116-117.
- 常石英明 (1967)『日本刀の鑑定と鑑賞』金園社。
- (有)濃州堂編 (2013)『濃州堂カタログ』(有)濃州堂。
- 本阿弥光遜 (1955)『日本刀の掟と特徴』美術倶楽部刀剣部。貝印webサイト「包丁「関孫六」」, <http://www.kai-group.com/store/products/list/177>, 2013年10月1日参照。
- 経済産業省webサイト製造産業局「伝統的工芸品産業室 伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について」http://www.meti.go.jp/committee/summary/0002466/006_06_00.pdf, 2013年10月1日参照。
- 伝統工芸青山スクエアwebサイト, <http://kougeihin.jp/crafts/course/whats>, 2013年10月1日参照。
- 関市役所webサイト, <http://www.city.seki.lg.jp/>, 2013年10月1日参照。
- 「関市市勢要覧2011」, <http://www.city.seki.lg.jp/cmsfiles/contents/0000001/1438/yoran2011.pdf>, 2013年10月1日参照。
- 関市観光協会webサイト, http://sekikanko.jp/modules/docs/index.php?cat_id=2, 2013年10月1日参照。
- 関市独自調査による工業統計(平成22年分:2010年分), <http://www.city.seki.lg.jp/0000004701.html>, 2013年10月1日参照。
- BRIブランド総合研究所 (2008)「『席の刃物』を地域団体商標に登録」, http://tiiki.jp/ex_news/org_news/12_chiikibrand_SP/2008_06_29tiikibrand_kekka.htm, 2013年10月1日参照。