

論 文

高度経済成長期における モザイクタイル製造業の発展

大 森 一 宏

はじめに

本稿の目的は、日本の高度経済成長期において、産地を形成して発展したモザイクタイル製造業の生産や輸出の動向を分析し、その成長の要因を考察するとともに、その後の停滞や衰退に結びつく問題点を検討するための条件を整えることである。戦後の陶磁器生産を牽引した重要な分野として岐阜県の笠原などを中心に展開したタイルがあることはすでに指摘されている¹が、本稿ではその中でも高度経済成長期に著しく生産が拡大したモザイクタイルを中心に分析を行う。なお、モザイクタイルとは、建築物の壁あるいは床敷に使用される60mm角未満の比較的小さいタイル²、あるいはモザイク模様を作るのに適したさまざまな小型のタイルを含む表面積50cm²以下のタイル³と定義される。

以下では、モザイクタイルの生産と輸出の概要を見た上で、おもな輸出市場であったアメリカ合衆国と西ドイツの市場における日本のモザイクタイルの位置などを確認する。さらに、国内におけるモザイクタイルの産地を特定した上で、産地内に展開した技術革新や業界組織の動向などを検討することにした。

1. 生産と輸出の概要

太平洋戦争で大きな打撃を受けた陶磁器業であるが、戦後の復興は速やかに行われた。復興期の陶磁器業は輸出の拡大に牽引されて、大幅な生産額の増加

¹ 大森一宏 [2015] p.237,p.239。

² 株式会社 INAX 日本のタイル工業史編集委員会 [1991] p.220。

³ 河野貞男・岩城剛 [1998] p.9)。

を実現した。さらに、高度経済成長期においても陶磁器の生産は順調に拡大し、外貨の獲得と地域経済の発展に重要な役割を果たした⁴。こうした陶磁器業を構成する中心的な製品は、食器であったが、それが陶磁器全体の生産額に占める比率は、1951年が53.0%、55年では47.7%、60年は39.1%、65年になると36.5%、70年では32.1%と低下した。また、同じく陶磁器全体の輸出額に占める食器の比率も、1950年が67.2%、55年では61.1%、60年は51.1%、65年には43.6%、70年では50.0%と低下から停滞へと推移している⁵。

これに替わって構成比を伸ばした製品の 하나가タイルであった。すなわちタイル生産額が陶磁器全体の生産額に占める比率は、1951年が11.4%、55年では12.0%、60年は18.1%、65年には25.6%、70年では24.2%であった。また、同じく陶磁器全体の輸出額に占めるタイル輸出の比率は、1950年が5.7%、55年では6.1%、60年には14.2%、65年は28.5%、70年では22.9%であった⁶。生産額と輸出額の構成比をみる限り、タイルは高度経済成長期の後半にやや比率を落とすものの、この期間を通じて陶磁器製品の中での重要な地位を確立したといつてよい。

こうしたタイルの中にあつて、モザイクタイルは成長の著しい分野の一つであった。表1によると、モザイクタイルの生産額、販売額、そして輸出額のいずれもが高度経済成長期に大幅に増加していたことがわかる。また、輸出比率は高度経済成長期の前半に上昇し、その後も変動はあるもののほぼ4割を超える比率を示している。ちなみに、タイル全体の生産額に占めるモザイクタイルの比率は、1955年が34.8%、60年では46.2%、65年は41.7%となっている。また、同じくタイル全体の輸出額に占めるモザイクタイルの輸出額の比率は55年が34.4%、60年では34.2%、65年は27.7%、70年が40.7%と推移している⁷。

なお、この時期のモザイクタイル輸出の増加は、壁用モザイクタイル生産の拡大に負うところが大きかったといわれている⁸。モザイクタイルは、経済成長にともなう新設住宅や浴室、台所等の改造などの国内需要の拡大と輸出市場

⁴ 前掲、大森 [2015] 第8章。

⁵ 三井弘三 [1979] pp.564-565, p.575。

⁶ 同前, pp.564-565, p.575。

⁷ 前掲、株式会社 INAX 日本のタイル工業史編集委員会 [1991] p.455 と前掲、三井 [1979] p.575 に依拠。

⁸ 東海銀行調査部 [1962] p.28。

高度経済成長期におけるモザイクタイル製造業の発展

表1 モザイクタイルの生産・出荷額

年	生産	販売	輸出向	国内向	輸出比率
	千円	千円	千円	千円	%
1954	907,829	878,018	307,066	570,950	35.0
1955	1,113,663	1,100,907	426,714	674,193	38.8
1956	1,419,883	1,434,731	516,252	918,479	36.0
1957	1,843,456	1,823,738	499,467	1,324,271	27.4
1958	2,272,701	2,246,216	876,528	1,369,688	39.0
1959	3,139,063	3,135,200	1,232,181	1,903,019	39.3
1960	4,825,915	4,885,297	1,787,005	3,098,292	36.6
1961	4,880,480	4,967,557	2,105,964	2,861,593	42.4
1962	6,014,468	6,078,865	2,994,426	3,084,439	49.3
1963	8,143,135	8,145,750	3,970,605	4,175,145	48.7
1964	10,122,780	10,021,551	4,869,008	5,152,503	48.6
1965	10,355,771	10,031,253	4,413,528	5,617,725	44.0
1966		11,301,163	4,617,918	6,683,165	40.9
1967		11,058,211	4,427,112	6,631,099	40.0
1968		11,853,358	5,445,189	6,408,169	45.9
1969		15,166,503	7,700,472	7,466,031	50.8
1970		20,347,673	7,624,992	12,722,681	37.5
1971		20,817,479	8,836,232	11,981,247	42.4
1972		24,630,296	12,239,016	12,391,280	49.7
1973		28,645,134	13,763,585	14,881,549	48.0

出典：株式会社 INAX・日本のタイル工業史編集委員会 [1991] p.455。

の開拓に支えられて、生産を増加させていたのである⁹。

ところで、モザイクタイルの国産第1号は、1910年に愛知県常滑の伊奈初之丞が第10回関西府県連合共進会に出品したものであったといわれる。これは当時アメリカ合衆国を中心に陶磁器輸出を展開していた商社である森村組の

⁹ 前掲、河野・岩城 [1998] p.14。

大倉孫兵衛から得たドイツ製モザイクタイルの情報が発端となり、製造・出品されたという。その後、第1次大戦を経て国内需要が拡大し、大正末期から昭和初期の常滑では伊奈製陶、日本陶業、杉江製陶所などで陶器質のモザイクタイルが焼かれるようになっていた¹⁰。

一方美濃地区では、1926年に加藤重保により多治見市に日本建陶が設立され、無釉のモザイクタイルの製造が始まった。また、多治見に隣接する笠原では笠原に生まれ、多治見工業学校を卒業して国立陶磁器試験所に入所し、その後笠原で製陶業を営んでいた山内逸三がモザイクタイルの研究開発に取り組み、1935年ころには一応の完成の域に達したといわれる¹¹。

さらに、瀬戸地区でも常滑にやや遅れてモザイクタイルの生産が始まると、その後モザイクタイルメーカーが続出し、一定量の生産が行われた¹²。たとえば、1933年度の第2期(12月～5月)における瀬戸陶磁器工業組合のモザイクタイルの生産統制割当量は1ヵ月23,379千個であり、その製造者数は29人であったことが確認できる¹³。

もともと、太平洋戦争期になると、タイルに対する石炭の配給が極度に減少したこともあって、モザイクタイル生産はほとんど不可能になる¹⁴。おそらくタイルのメーカーは企業整理の対象となるか、代用品の生産などに転じて存続を図ったはずである¹⁵。しかし、戦後になるとまず、占領軍の兵舎や占領軍向けの建築用タイルの需要が発生し、タイル生産は再開する。その後、常滑の船井製陶所がアメリカ合衆国のパイヤーの要求に応える良質のモザイクタイルの量産化をはかるために1949年に小型のトンネル窯を新設し、その翌年に輸出を開始した。なお、1949年の笠原町にはタイルを業とするものが16軒あったというが、この時期のモザイクタイルは無釉製品が中心であり、その主産地は

¹⁰ 前掲、株式会社INAX日本のタイル工業史編集委員会[1991]pp.220-222と、とこなめ焼協同組合百年記念誌編纂委員会[2001]pp.100-101による。なお、森村組と大倉孫兵衛については、大森一宏[2008]第2章を参照。

¹¹ 笠原町[1991]p.373と同前、株式会社INAX日本のタイル工業史編集委員会[1991]p.223に依拠。

¹² 同前、株式会社INAX日本のタイル工業史編集委員会[1991]p.222。

¹³ 瀬戸陶磁器工業組合[1934]『昭和八年度事業報告書』。

¹⁴ 前掲、とこなめ焼協同組合百周年記念誌編纂委員会[2000]p.102。

¹⁵ 前掲、三井[1979]pp.274-275。なお、陶磁器業における企業整理や代用品生産については、前掲、大森[2015]第7章を参照。

瀬戸と常滑であった¹⁶。要するに、高度経済成長期におけるモザイクタイル生産の発展は、戦前から戦後復興期における海外情報の獲得や研究開発の成果を前提として、成し遂げられたのである。

2. 輸出市場の展開

表2 日本のモザイクタイル輸出先の上位国（1960-1964年）

単位:万円		
1960年	1962年	1964年
合衆国 181,171(55.7)	合衆国 315,044(58.4)	合衆国 496,345 (49.9)
香港 21,755(6.7)	カナダ 43,106 (8.0)	西ドイツ 104,157 (10.5)
カナダ 19,567(6.0)	香港 25,582 (4.7)	香港 65,760 (6.6)
西ドイツ 9,309(2.9)	西ドイツ 19,922 (3.7)	シンガポール 34,208(3.4)
シンガポール 8,168(2.5)	オランダ 8,863 (1.6)	オランダ 20,901 (2.1)
その他 86,031 (26.4)	その他 126,657(23.5)	その他 273,694 (27.5)
計 325,544(100.0)	計 539,174(100.0)	計 995,065 (100.0)

出典：通商産業省繊維雑貨局雑貨第二課 [1967] pp.15-18。

表3 日本のモザイクタイル輸出先の上位国（1965-1973年）

(単位:100t)		
1965年	1969年	1973年
合衆国 646(39.6)	合衆国 788(34.6)	合衆国 718(28.7)
西ドイツ 248(15.2)	西ドイツ 402(17.6)	西ドイツ 684(27.3)
香港 148 (9.0)	オーストリア 210 (9.2)	オーストリア 426(17.0)
カナダ 117 (7.2)	カナダ 174 (7.7)	カナダ 135 (5.4)
シンガポール 87(5.3)	スイス 173 (7.6)	スイス 116 (4.6)
その他 387(23.7)	その他 530(23.3)	その他 451(18.0)
計 1,633(100.0)	計 2,277(100.0)	計 2,502(100.0)

出典：中小企業振興事業団・中小企業振興センター [1976] p.111。

モザイクタイルの最大の輸出先は、アメリカ合衆国であった。表2と表3か

¹⁶ 前掲，株式会社 INAX 日本のタイル工業史編集委員会[1991]pp.286-288 と，小林昭一 [1964]pp.66-79 を参照。

ら高度経済成長期における輸出相手国としては合衆国がトップであり続けたことがわかる。とりわけ、1960年代の前半の合衆国向け輸出額は大きく、全体の過半を占めていた。しかしその後、その比重は低下し続け、1973年には全体の輸出額の3割をきっている。替わって輸出相手国としてその地位を上昇させたのが西ドイツであり、73年には合衆国とほぼ肩を並べるまでに輸出額が増えている。しかも、西ドイツにはスイス向けの輸出品の多くが再輸出されていたとの指摘もある¹⁷。高度経済成長の末期になると、西ドイツがモザイクタイルの重要な輸出先となっていた。

表4 合衆国におけるモザイクタイル消費状況

(単位：1,000平方フィート)

年度	米国内出荷量	日本からの 輸入量	その他の国 からの輸入量	総輸入量	総消費量	(A)/ (A+B+C)	(B)/ (A+B+C)	(C)/ (A+B+C)	(B) + (C)/ (A+B+C)
	(A)	(B)	(C)	(B)+(C)	(A)+(B)+(C)				
1960	34,700	13,611	4,909	18,520	53,220	65.2	25.6	9.2	34.8
1961	35,400	14,938	2,893	17,831	53,231	66.5	28.1	5.4	33.5
1962	39,800	35,868	1,509	37,377	77,177	51.6	46.5	2.0	48.4
1963	45,211	48,437	1,230	49,667	94,878	47.7	51.1	1.3	52.3
1964	50,580	65,635	619	66,254	116,834	43.3	56.2	0.9	56.7
1965	38,415	63,353	312	63,665	102,080	37.6	62.1	0.5	62.4

出典：日本陶業連盟所蔵日本陶磁器振興協会保管資料『タイル規制関係 No.1』所収「アメリカ合衆国におけるモザイクタイル消費状況」。

さて、海外に輸出された日本製のモザイクタイルは、強い国際競争力をもっていた。合衆国におけるモザイクタイルの消費状況をみた表4によると、1960年から65年にかけて日本製のモザイクタイルの消費量は増加し、国内の総消費量に占める比率は25.6%から62.1%に上昇している。これに対して、合衆国のメーカーによる出荷量が総消費量に占める比率は65.2%から37.6%へと低下し、同じく日本以外の諸国からの輸入量がしめる比率は9.2%から0.5%へと激減している。この間に日本製品は、合衆国やその他諸国の製品のシェアを奪い、合衆国市場の過半を占める驚異的な成長をみせていたのである。

¹⁷ 中小企業金融公庫調査部[1969]p.18.

高度経済成長期におけるモザイクタイル製造業の発展

表5 米国のモザイクタイル輸入に占める日本品のシェア

(単位:平方フィート, %)

年	輸入	うち日本品	シェア
1965	63,664,427	63,352,395	99.5
1966	63,642,267	63,236,415	99.4
1967	48,300,837	47,674,888	98.6
1968	60,840,588	60,329,571	99.1
1969	75,244,585	74,143,553	98.5
1970	46,853,684	46,102,815	98.5
1971	43,158,447	42,287,667	98.0
1972	61,101,724	57,482,572	94.1
1973	67,462,288	59,226,918	87.7
1974	53,598,898	42,247,741	78.7
1975	26,570,242	18,962,690	71.4

出典：中小企業振興事業団・中小企業情報センター [1976] p.116。

合衆国市場における日本製品の強い国際競争力は、1960年代後半においても維持される。合衆国のモザイクタイル輸入に占める日本製品のシェアをみた表5によると、この間の輸入品のほとんどすべてが日本製品であったことがわかる。それにややかげりがみえ始めるのが1970年代前半である。1973年になると日本製品のシェアは9割をきっているが、この時期に合衆国向けモザイクタイルの輸出を伸ばしていたのは韓国であった¹⁸。

また、西ドイツにおける日本製品も強い競争力をもっていた。すなわち、1960年から66年にかけて西ドイツのモザイクタイルの国内需要に占める日本製品の比率は12%から39%に上昇する他方で、西ドイツの国内メーカーの製品が占める比率は86%から60%に低下していたとする報告がある¹⁹。また、西ドイツのモザイクタイルの輸入市場に占める日本製品のシェアは、1966年が97.8%、68年では97.0%、70年は97.8%ときわめて高い。もっとも合衆国市場と同様にその後シェアは低下し、72年には89.3%、そして73年は60.0%となる。なお、この時期西ドイツ市場に向けてモザイクタイルの輸出を伸ばしていたの

¹⁸ 中小企業振興事業団・中小企業情報センター[1976]p.116。

¹⁹ 中小企業金融公庫調査部事業調査課[1970]p.30。

は、やはり韓国であり、1973年の韓国製品のシェアは30.3%に上っている²⁰。

ところで、こうした日本製品の競争力を支えていた要因の一つは、国際的に見て相対的に低廉な価格にあったと思われる。合衆国市場における日本製と合衆国製のモザイクタイルの価格を比較した表6によると、「くすりがけ」と

表6 合衆国市場における日・米モザイクタイル卸売価格比較 (1966年7月)

単位：1平方フィート当たり

品種	品目	日本製	米国製
くすりがけ	1インチ×1インチ	26セント以上	40セント以上
くすりなし	1インチ×1インチ	23セント以上	32セント以上

注1. 1966年5月日本陶磁器輸出組合ニューヨーク駐在員による調査。

2. 日本製品輸入業者の卸売価格。

3. タイルの色別の価格差はほとんどない。

4. 米国製はメーカーの卸売価格で、日本品との競争の激しい沿岸地域における価格である。

出典：日本陶業連盟所蔵日本陶磁器産業振興協会保管資料『タイル規制関係 No. 1』所収「米国市場における日・米タイル卸売価格比較表 (41.7.11)」。

「くすりなし」の両方の製品において日本製の価格はかなり低かった様子がみとれる。また、この時期に日本貿易振興会が合衆国市場に関して実施した調査も、くすりがけモザイクタイルについて、日本製品は「同級品質の米国品に較べて…15～20%方安い」と報告している²¹。当時の日本の陶磁器製品は、強い価格競争力をもっていたのである。

加えて、同じ調査は、「日本製葉がけモザイクタイルを扱っている米国の商社やユーザーは、その真価が高い品質にあることを認めており、他の日本製商品について米国人が普通に抱くイミテーションや低賃金という第一印象は全く持っていない²²と報告している。実際、この調査において合衆国のタイル工事請負業者および建設業者は、日本製のくすりがけモザイクタイルについて「デザインは極めて高水準、施工の容易さと耐久性は米国製の最高級タイル

²⁰ 前掲、中小振興事業団・中小企業情報センター [1976] p.117。

²¹ 日本貿易振興会 [1967] p.20。

²² 同前, p. 1。

に匹敵する」とし、接着性についての問題も起こったことがないと回答している²³。この時期の日本製品は、品質面においても国際的な競争に耐えうる水準に達していたのである。

もともと、合衆国の消費者やタイル工事請負業者は、実際に使用している日本製のモザイクタイルが「日本のどのメーカーにより製造されたのか確認できない」ばかりではなく、さらにはそれが日本製品であることすら認識していない場合があったという²⁴。要するに当時の日本製品は、原産地もしくはメーカー名などの表示がなく、合衆国内における販売にあたっては、同国の大メーカーや卸売商などが持つ流通ネットワークやブランド力に依存していたと考えられる²⁵。日本製モザイクタイルの輸出者として、三菱商事、三井物産、伊藤忠などの大手の総合商社や伊奈製陶をはじめとする比較的規模の大きなメーカーが名前を連ねていたことは確認できるが²⁶、これらの輸出者たちが合衆国内に流通網を築き上げ、日本品のブランド化に成功することはなかったとみてよい。

3. 産地の発展と業界組織

表7 タイルの府県別出荷額（1952年）

(千円, %)		
府県	出荷額	比率
愛知	1,168,801	61.3
岐阜	496,711	26.1
兵庫	187,855	9.9
佐賀	45,714	2.4
香川	4,350	0.2
その他	2,747	0.1
合計	1,906,178	100.0

出典：三井 [1979] p.568。

²³ 同前, p.20。

²⁴ 同前, p. 5。

²⁵ 実際、1959年に船内末吉等により資本金300万円で常滑市に設立された坂井タイル工業株式会社は、合衆国のタイルメーカーであるユナイテッド・ステーツ・セラミックタイル・カンパニー社のマークを入れて、全米にまたがる同社の販売ルートにのせて日本製モザイクタイルを売り出す目的で設立されたという。この点については、前掲、小林[1964]pp.90-95を参照。

²⁶ 日本陶業連盟所蔵日本陶磁器振興協会保管資料『タイル規制関係 No.1』所収「アメリカ合衆国ならびにカナダ向け陶磁器製くすりかけモザイクタイル輸出実績報告書(2)」による。

高度経済成長期の前夜にあたる 1952 年では、タイルの最大の生産県は愛知であった。表 7 によると、全国のタイル出荷額の 6 割以上を愛知が占めており、これに続く岐阜の出荷額は 3 割に大きく満たなかった。先述のように、この時期のモザイクタイルの主要な産地は愛知県の瀬戸と常滑であり、そこで主に生産されていたのは無釉の製品であった。しかし、高度経済成長が終わる 1973 年のタイルの府県別出荷額について表 8 でみると、首位は岐阜となり、愛知を抜いている。要するに、この間の岐阜のタイル生産の発展はめざましいものがあったのである。

表 8 タイルの府県別出荷額 (1973 年)

府県	(千円, %)	
	出荷額	比率
岐阜	31,052,002	41.2
愛知	23,588,798	31.3
三重	5,868,617	7.8
佐賀	3,357,604	4.5
栃木	3,199,393	4.2
兵庫	2,031,317	2.7
茨城	1,505,268	2.0
福岡	1,459,854	1.9
山形	796,103	1.1
広島	733,997	1.0
その他	1,716,191	2.3
合計	75,309,144	100.0

出典：三井 [1979] p.569。

岐阜におけるタイル生産の発展を主にけん引したのは、くすりがけモザイクタイルであった。たとえば、1963 年における岐阜のタイル生産額は 6,549,503 千円であるが、くすりがけモザイクタイルは、そのうちの 53.6%にあたる 3,508,739 千円となっていた。同年の全国におけるくすりがけモザイクタイルの生産額は 4,595,864 千円であるから、岐阜の生産額は全国の 76.3%を占めたことになる。なお、同年の岐阜のくすりなしモザイクタイルの生産額は 874,416 千円と大きくなかった。さらに、1973 年における岐阜のくすりがけモザイクタイルの生産額をみると 16,835,318 千円であり、同年における同県の

タイル生産額である 30,756,830 千円の 54.7%を占めていた。また、同じく同年の全国のくすりがけモザイクタイルの中で岐阜のそれが占める比率は 74.2%であった²⁷。

ところで、岐阜県におけるモザイクタイルの中心的産地は笠原であった。高度経済成長が開始する前後の時代の笠原では、飯茶わん業界の過当競争から逃れるために、食器からモザイクタイルへ転換する業者が相ついだ²⁸が、その様子を食器類とタイル生産の割合でみると、1954 年には 51%と 49%でやや食器生産額が上回っているものの、55 年になると 38%と 62%でタイルが上回り、65 年には 10%と 90%でタイルが食器を大きく引き離れた²⁹。また、この間に笠原はモザイクタイルの全国的産地に成長し、1973 年には全国のモザイクタイルの出荷量である 370.7 千トンの 45.8%にあたる 169.7 千トンを出荷していることが確認できる³⁰。

表 9 モザイクタイル生産業者の地域別分布 (1966 年 7 月)

地域	一貫メーカー	二次メーカー	合計
名古屋	12(1)	2	14(1)
瀬戸	25	2	27
多治見	40(1)	21	61(1)
笠原	82	23	105
その他	6	-	6
合計	165(2)	48	213(2)

注 1. 生産業者数は、全国モザイクタイル工業組合加入者。

2. 二次メーカーとは、いわゆる紙はり業者を指す。

3. カッコ内数は、大企業の数。

4. 大企業とは、資本金 5,000 万円以上、従業員 900 人以上を指す。

出典：日本陶業連盟所蔵日本陶磁器振興協会所蔵資料『タイル規制関係 No. 1』所収「タイル生産業者品種・業態・地域別分布状況」。

²⁷ 岐陶工連 50 年史編集委員会 [1982] pp.360-361, p.363, p.365。

²⁸ 前掲、河野・岩城 [1998] p.14。

²⁹ 前掲、笠原町 [1991] p.329。

³⁰ 笠原陶磁器商業協同組合・笠原陶磁器工業協同組合 [1979] p.90。

さらに、笠原にモザイクタイルの生産業者が集積していたことは、表9から確認できる。同表には、1963年に輸出处荷数量の調整や価格の規制などを行うことを目的に設立された全国モザイクタイル工業組合³¹に加入している生産者の地域別分布が示されている。それによると笠原には下請に依存する傾向が強かった紙張り加工分野³²の業者も含めて100を超える生産業者が集まっていた。笠原は、生産者数からみても、全国最大のモザイクタイルの産地であった。また、同表からモザイクタイル生産業者の中には、資本金が5,000万円以上で従業員を900人以上雇用する大企業が2社しか存在しなかったことも判明する。

従来から、モザイクタイルの生産の大部分が小規模の製造業者により行われてきたことは指摘されていた³³。それは、この分野のうち、とりわけくすりがけモザイクタイルの生産形態が複雑な分業システムをとっていること³⁴に対応している。すなわち、くすりがけモザイクタイルでは、陶土・釉薬の製造、陶磁器製造（成型・焼成）、紙張り加工、さらには販売を産地商社にゆだねるなどの分業体制が構築されていたため、多額の資本を持たない中小メーカーでも

表10 モザイクタイルの従業員規模別業者数（1968年4月）

従業員規模	一貫メーカー		一次加工メーカー		二次加工メーカー		合計
	施釉	無釉	施釉	無釉	施釉	無釉	
30人以下	4	4	26	6	57	6	101
31～50人	6	4	9	2	5	1	27
51～100人	14	8	18	1	6		47
101～300人	17	10	5	1	2		35
301人以上	4	4					8
合計	45	30	58	10	70	7	220

注. 工程を一貫生産しているメーカーを一貫生産メーカー、陶片の製造のみを行っているメーカーを一次加工メーカー、紙張のみを行っているメーカーを二次加工メーカーという。

出典：中小企業振興事業団 [1971] p.3。

³¹ 通商産業省繊維雑貨局雑貨第二課 [1967] p.26。

³² 中小企業振興事業団 [1971] p.4。

³³ 同前, p.2, 前掲, 中小企業金融公庫調査部 [1969] p.17 など。

³⁴ 前掲, 通商産業省繊維雑貨局雑貨第二課 [1967] p.22。

参入が比較的容易であった³⁵。したがって、表 10 にみられるように、製土工程から完成品まで一貫して担当しているメーカーのほかに、陶片のみの製造や紙張りのみの加工など多様なタイプの中小零細規模業者の集積が起こったのである。おそらく、こうした分業体制は、遊休設備の発生を極力抑え、需要が変動する中での多品種少量生産を実現する上で有効に機能したのではないかと推測される。

さて、高度経済成長期のモザイクタイル生産における最大の技術革新はトンネル窯の導入であった。笠原町に最初のモザイクタイルのトンネル窯が築かれたのは 1955 年のことである³⁶が、その後 1961 年までめざましいトンネル窯ブームが起こり、単独窯からトンネル窯への転換が進んだ³⁷。それを支えたのは、高砂工業のような築炉メーカーの発展であった³⁸が、そもそもトンネル窯はモザイクタイルのような小さいタイルの焼成に適した技術であった³⁹。表 11 に

表 11 トンネル窯の保有状況（1964 年 6 月）

品種	調査企業数	40m 未満	40-49m	50-59m	60-79m	80-99m	100m 以上	合計
内装タイル	7	0	3	8	9	17	2	39
外装タイル	15	3	3	6	6	1	1	20
床タイル	4	1	1	2	1	1	0	6
釉掛モザイク	66	16	38	26	11	0	0	91
無釉モザイク	31	16	9	17	8	9	0	59
合計	116	36	54	59	35	28	3	215

出典：INAX 日本のタイル工業史編集委員会編 [1991] p.356。

よると、1964 年のタイルにおけるトンネル窯の 42% がくすりがけモザイクタイル用であることがわかるが、その生産者は先述のように笠原に集積していた。したがって、これらのトンネル窯設置の多くは笠原で行われたとみてよい⁴⁰

もっとも、こうした技術革新にともなう生産能力の拡大は、過当競争による

³⁵ 前掲、株式会社 INAX 日本のタイル工業史編集委員会 [1991] p.288、前掲、東海銀行調査部 [1962] p.30 などに依拠。

³⁶ 前掲、岐陶工連 50 年史編集委員会 [1982] p.215。

³⁷ 前掲、株式会社 INAX 日本のタイル工業史編集委員会 [1991] p.356。

³⁸ 前掲、大森 [2015] pp.248-249。

³⁹ 宇山翠 [2016] p.61。

⁴⁰ 前掲、株式会社 INAX 日本のタイル工業史編集委員会 [1991] p.356。

取引の混乱や価格の暴落を引き起こす原因になりえた。業界では、1960年に輸出モザイクタイル協議会を設立し、特定地域について出荷数量、価格、くすりがけモザイクタイルの意匠等の協定を行ったが、1961年になると先にみた輸出の拡大などに起因して、合衆国において関税引き上げ運動が起こった。しかも、1963年には設備増設の動きがさらに活発化したために同年には、先述の全国モザイクタイル工業組合が設立され、設備制限や合衆国、西ドイツ向けなどの製品を対象とする出荷規制が行われることになった。なお、この組合には全国の対象となる237の企業のうち205の企業が参加した。

さらに、1964年には輸出にともなう取引の混乱を防止するために、モザイクタイル生産者の共同出資になる全国モザイクタイル輸出振興株式会社が設立され、その後輸出商の参加を得て、1965年より特定商品の一元的買取販売が行われることになった⁴¹。要するにこの時期の産地では、輸出の増加にともない発生した貿易摩擦を緩和し、輸出環境を整えるために同業者組織の結成が進んだのである。

おわりに

最後に本論文で主にわかったことを、簡単に列挙しよう。

- (1) 高度経済成長期におけるモザイクタイルは、生産と輸出の成長が著しい分野であった。
- (2) こうしたモザイクタイル生産の発展は、戦前から戦後復興期における海外情報の獲得や研究開発の成果を前提として達成された。
- (3) 日本製モザイクタイルの主な輸出先は、合衆国と西ドイツであり、それぞれの市場で強い国際競争力を発揮していた。
- (4) そうした輸出製品は低廉な価格と一定の水準の品質を有していたが、ブランド化に成功することはなかった。
- (5) モザイクタイルの国内最大の産地は、岐阜の笠原地区であった。

⁴¹ 前掲、岐陶工連50年史編集委員会 [1982] pp.216-217、前掲、三井 [1979] pp.498-501。なお、この会社の代表取締役社長は笠原のモザイクタイルメーカーの経営者である山内巽、また取締役として三菱商事や兼松などの社員が加わっていたことが確認できる。この点については、日本陶業連盟所蔵日本陶磁器振興協会保管資料『全国モザイクタイル輸出振興株式会社①』所収の「役員名簿」に依拠。

- (6) 産地におけるモザイクタイル，とりわけくすりがけモザイクタイルの生産では，中小規模の業者による分業体制が構築されていた。
- (7) 高度経済成長期におけるモザイクタイル生産には，トンネル窯が導入された結果，生産能力の拡大が実現した。
- (8) その結果生じた輸出などにおける取引の混乱を防止し，貿易摩擦を緩和するため，同業者組織の結成が進んだ。

以上のように発展したモザイクタイルの生産が，その後どのように変化していくのか検討することは，今後に残された課題である。また，高度経済成長期に結成された同業者組織の活動内容やその成果を評価する試みも，産地の発展と変容を解明するうえで不可欠な作業と思われるが，それも今後の課題としておきたい。

*本稿は，平成 29 年度科学研究費助成事業（基盤研究（B）（一般）），研究課題名「大正・昭和期における住宅関連産業の展開と「暮らし」の変容に関する総合的研究」（研究代表者中西聡 課題番号 17H02552）の成果の一部である。

【参考文献】

- 宇山翠 [2016] 「地場産業産地における構造変化の実態と要因—2000 年以降の多治見市笠原のタイル産地の分析—」『工業経営研究』Vol.30 No.1。
- 大森一宏 [2015] 『近現代日本の地場産業と組織化—輸出陶磁器業の事例を中心として—』日本経済評論社。
- 大森一宏 [2008] 『森村市左衛門—通商立国日本の担い手—』日本経済評論社。
- 笠原陶磁器商業協同組合・笠原陶磁器工業協同組合 [1979] 『美濃焼タイルに光明を求めて—売れる時代から売らない時代への挑戦—』。
- 笠原町 [1991] 『笠原町史 その4 かさはらの焼き物』。
- 株式会社 INAX 日本のタイル工業史編集委員会 [1991] 『日本のタイル工業史』株式会社 INAX。
- 河野貞男・岩城剛「タイル産業とその変容」[1998] 『地域分析』（愛知学院大学産業研究所）第 36 巻第 1 号。
- 岐陶工連 50 年史編集委員会 [1982] 『美濃陶業 50 年史』岐阜県陶磁器工業協

同組合連合会。

小林昭一 [1964] 『船井末吉翁小伝』 全国モザイクタイル工業組合。

瀬戸陶磁器工業組合 [1934] 『昭和八年度事業報告書』。

中小企業金融公庫調査部事業調査課 [1970] 『タイル製造業の現状と構造改善事業』。

中小企業金融公庫調査部 [1969] 「モザイクタイル製造業の現状と問題点」 『中小企業金融公庫月報』 Vol.16 No.10。

中小企業振興事業団 [1971] 『長期需要動向調査結果報告書 [陶磁器タイル]』。

中小企業振興事業団・中小企業情報センター [1976] 『特定産業競争力調査 (陶磁器製タイル)』。

通商産業省繊維雑貨局雑貨第二課 [1967] 『陶磁器製タイル製造業実態報告書』。

東海銀行調査部 [1962] 「タイル業界の現状—モザイクタイルを中心として—」 『調査月報』 No.181。

とこなめ焼協同組合百周年記念誌編纂委員会 [2000] 『常滑の陶業百年』 とこなめ焼協同組合。

日本貿易振興会 [1967] 『米国のくすりがけモザイクタイル市場調査』。

三井弘三 [1979] 『概説 近代陶業史』 日本陶業連盟。