

## 博多人形製造業に関する産業史的考察(2)

——産地形成要因への適合と充足——

高 向 嘉 昭

### 1. はじめに

小古井嘉幸著『中野の土人形』によると、江戸時代の中頃から明治中期にかけて、全国各地には実に150カ所にも及ぶ夥しい土人形生産地が存在したとのことであるが<sup>1)</sup>、それらはやがて明治から現代に至る近代化の波に押し流され、今では40数カ所を数えるに過ぎない。しかも、そのほとんどは伝統の灯を消すまいと1、2の人形師たちが細々と製作を続けているに過ぎず、産地<sup>2)</sup>としての活動を維持しているのはわずかに博多人形と京都の京陶人形の2産地のみである<sup>3)</sup>。

このような博多人形は、すでに前稿で述べたように<sup>4)</sup>江戸後期、中ノ子吉兵衛によって創始され、今日見るごとく独立した産業として定着し、早くから産地を形成してきたが、こうした産地として発展し成熟していくためには、当然のことながら生産・流通・消費の各面にわたって必要とされる社会・経済的諸条件、つまり産地形成要因とでもいうべきものへの適合と充足が不可欠である。そこで本稿では、博多人形産地が如何にしてこうした産地形成要因への適合と充足を図り、また、上記のように全国で数ある土人形生産地の中で優位的差別化を達成し、たとえ今日停滞期にあるとはいえ、なお抜群の知名度<sup>5)</sup>と実績を有する産地へと発展するに至ったか、その過程を、主として明治・大正期に焦点を絞りながら考察してみたいと思

う。

## 2. 産地形成要因

地場産業に限らず一般的にみて、今日の産業の多くは、その源流を辿るとまず個人的・副業的事業の形で始まったものが、やがて、それである程度の生計を支えることが可能になると、いつしか同職のものが現れ、次第に一つの産業として定着し、産地が形成されるようになってくる。とはいっても、たとえそれが自然発生的な流れであったとしても、当然のことながら、そのような産地形成過程においては、そこには自ずから生産・流通・消費の各面にわたって、さまざまな要因の規定を受け、こうした産地を形成するのに必要な諸条件を充足させなければ、産地として成立し、発展していくことはできない。

然らば、その必要な諸条件とは一体如何なるものであるか。各地の地場産業成立過程からそれらを勘案してみると、数々の要因の中でも、とくに次のようなものをその有力な要因として捉えることができる。

まず生産面においては、

- (1) 原料の発見と確保
- (2) 生産技術の確立
  - i. 生産・加工技術の独自性
  - ii. 量産化への対応
- (3) 労働力の確保
  - i. 特殊・技能労働力
  - ii. 補助労働力
  - iii. 低賃銀労働力

などを、次に流通面では

- (1) 在地商人の発生と活躍
- (2) 需給接合の場である市場の存在と開拓
- (3) 物流組織の整備充実

などが、そして消費ないし需要面では

- (1) 消費・需要の動向把握とそれへの適合
- (2) 消費・需要の創造・開拓

といったものなどを指摘することができる。

もつとも、当然のことながら、こうしたものの全てが均等に確保・充足されなければならないというわけではなく、自ずとそこには、よって立つ基盤の違いや、あるいは確保・充足度合いの強弱が存在したり、時によってはその一部を欠くことさえあるのはいうまでもない。

### 3. 博多人形産地における産業成立要因の充足

さて、そこで博多人形製造業界では上記の諸要因がどのように確保・充足され、それを基に産地への歩みを進めていったのであろうか、次にそれらを、現存する乏しい史資料や博多人形に関する先学たちの諸研究を参考にしながら、その跡を探ってみたい。ただし、ここでは紙数の都合で、上掲要因のすべてについて詳述することは到底不可能であり、従ってこれらの中から、産地形成上比較的重要な地位を占めていると思われる

- (1) 原料の発見と確保
- (2) 生産・加工技術の独自性
- (3) 販売市場の開拓
- (4) 需要・消費動向への適応

といった四つの面に焦点を絞って考察の筆を進めていくことにする。

#### (1) 原料の発見と確保

まず原料の発見と確保については

「吉兵衛志を得て大いに其の業に熱中し、伏見人形に擬して土人形を製造し居たるも、如何せん、陶器原料の土質人形の原料に適せざるを以て日夜諸方に奔走し、広く山野を跋涉し、遂に筑紫郡（元那珂郡）麦野村の山中に適當の土質を発見し、其の地主新助なるものに乞ふて、該土を採取し原料に供するに至れり<sup>6)</sup>。」

というように、博多人形創始者とされる中ノ子吉兵衛<sup>7)</sup>が素焼人形の製作を始めた当初は、今日と違い使用原料は陶器製作用の土が使用されたり、あるいは瓦土や七輪土なども、その生地として充当されていたが、それらの土は素焼人形用としての硬度や粘着力に欠けるところがあり、そこで彼は四方奔走し、探査の末、麦野村（現福岡市博多区…筆者注、以下同じ）に好適土を発見したのである。その後、筑紫郡清水村字沖田（元那珂郡、現福岡市南区）と称する所よりまた別の土を発見し、これを麦野の土と混合することで、より完全な原料が確保でき、この時より生産が拡張すると同時に博多人形の名も好評を博するようになったのである<sup>8)</sup>。

この麦野の粘土と時を同じくして当時の筑紫郡春日、須玖（いずれも現春日市）、雑餉隈（現大野城市）などからも良質の粘土が発見され、それらが選択使用されるに至ったが、さらにその後、製造業者たちは製品の破損を慫くするため、より一層の硬質性を保持する必要から「澆粘土」なるものを使用する方針に移行した。「澆粘土」とは、粘土の中にいささか土砂を混入する欠点のあるものでも、これを使用するに当たっては粘土を一旦水に溶解して攪拌し、液状となったものを蓆を張った大きな木箱の中に入れ

てこれを漉し、漉された粘土分だけを水と共に箱の中に沈澱させることで土砂を排除した後、さらに箱内の排水を行い、天日に曝して適当に水分の蒸発したものを取り出して使用するというものである。その結果土砂を含みながらも分子が緻密で粘着力が強く白色の性質を有する早良郡樋井川村田島、同郡八幡村七隈（いずれも現福岡市城南区）で採取される粘土が使用可能となったのである。しかし、これも同地方が後年に至り漸次学校、住宅、道路等の敷地に占有されるようになったことから粘土資源利用上不利となり<sup>9)</sup>、現在では博多人形が「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」（略称「伝産法」）により昭和51年3月にその指定を受けた際

「使用する粘土は、油山産粘土又はこれと同等の材質を有するものとする。」

とあるように田島、七隈にほど近い油山産のものを主として使用するようになっていた。

ともあれ、こうした良質の原料を得たことが、

「従来は京人形と申せば甚だ有名なもので、伏見人形は我が博多人形に対し恐るべき敵で中々威張つたものでしたが、今日は我に教へを乞ふ様になり、動もすれば博多人形を模造して居ます。現に教師として博多から行つて居る職人が数名あります。最早や恐るる必要はなからうと考へます。

何故なれば、他には博多人形だけの原料は到底求め難いからです。今日博多人形の原料は麦野、半路橋何れも当地より一里半位から取つて居りますが、その土質の良好なる他に類がないさうです。而して無尽蔵です。是を以て博多人形は先天的に発達すべき運命を負ふて居つたのです<sup>10)</sup>。」

と明治から大正期にかけて博多人形製作の第一人者としてその名を馳せた

井上清助氏が、現在から見れば、より劣ると思われる麦野の粘土についてさえ、このように述懐していることから、いかに良質の原料確保が他の土人形産地に対する優位的地位を確立し、今日の博多人形産地形成の重大な基盤となったかが理解できる。

## (2) 生産・加工技術の独自性

こうした優秀な原材料を基に人形としての生産・加工が行われてきたのであるが、その生産・加工技術の面においても博多人形は他産地に比べ次のような独自性を有している。すなわち

### (1) 写実性

### (2) 艶出し技法

### (3) 顔料・着色料の改良

などといったものがそれである。もちろん、こうしたものの各々については他産地においても当然それなりのものが考案工夫されているが、それらが複合化し総合されたところに博多人形産地の強みと独自性を見出すことができる。

### (1) 写実性

これら3点の中でも、他の土人形と比べ博多人形の著しい特徴は写実的であることと、艶出し技法の秀逸性にあるといえるが、前者については拙稿「博多人形製造業に関する産業史的考察(1)—古博多土人形から新興博多人形へ—」(九州産業大学商学会『商経論叢第39巻第1号』平成10年7月、所収)で詳述しているのでここでは省略し、次の「艶出し技法」に目を転ずることにしたい。

### (2) 艶出し技法

「本工業の起源は文化年中に在り。当時は陶工土を以て造り彩色最も粗

なりしも、漸次土質を選択し、雛人形、兜人形等の製造を為せしが、近年殊に意匠の改良を加へ、種々の製造を為し、彩色法を改良せしを以て品位昔時に数倍し、数十年を経過するも決して褪色の憂なきに至れり<sup>11)</sup>。」

との記述が明瞭に示すように、往時においては原料土はもとより、その彩色法も十分ではなく、広く人々に賞翫されるには程遠い状態であった<sup>12)</sup>。しかし、その後の絶えざる改良努力によって、今日の博多人形に見られるような独自のともいえる彩色法、すなわち艶出しの技法が考案され、博多人形の名声を一層高めることになったのである。

艶出し技法とは「通商産業省告示第七十七号（博多人形の伝統的工芸品指定）」の中で彩色についての指定として

「胡粉及びにかわの水溶液を用いて肌部分の『艶ひき』をした後、『毛描き』、着物部分の塗り込み及び模様描きをすること」

とあるように胡粉及び膠を用いての彩色法である。

こうした胡粉及び膠を用いた彩色法はすでに江戸時代から行われていたことは、高取英業（天保4年＝1833年6月死去）が書き残した書類のなかに

博多人形顔つや付方

一、上等松印こふん

一、水式合入

一、上さらしにかわ

はけにてよくよくぬるべし

上さらしぬのにてやわらか

に能くこするへし

とあることで明らかであるが、それらが明治以降一層の改良が加えられて、

他の一般の土人形とは違う柔らかく端麗な雰囲気（織物の「風合い」とでもいうべきもの）を人形に与えるとともに、従来の一大欠点であった変色や褪色の憂いを払拭することができるようになったのである。

### (3) 顔料・着色料の改良

このような「艶出し技法」と共に顔料・着色料の改良もまた、博多人形の生産と発展に及ぼした影響は大きい。

というのは、上述したような独自の特色を持つ博多人形業界も、かつて使用する着色料の件で一大危機に直面したことがある。それは明治33年ごろのことであるが、内務省令第十七号によって博多人形をはじめ、各地の各種玩弄品や菓子製造業で使用されている着色原料品の中に、有毒的鉍物性のものが含まれているとして取締りを受け、それらを使用した製品の販売はもちろんのこと、貯蔵中の製品や原料についても悉く販売もしくは使用が禁止されたのである。当然のことながら、全国各種の玩弄品製造業者や菓子商などの受けた打撃は計り知れないものがあつたが、とくに博多人形は最もその影響が大きかった。場合によっては産地が消滅しかねないほどの危機に曝されたのである。そこで博多人形業界が講じた手段は内務省令が玩弄品のみを対象としていたことを幸いに、従来の製品を玩弄品と非玩弄品（床飾りなど）とに分け、非玩弄品については当該顔料を使用する一方で、新原料の開発を強力に進めることで、この難局を乗り切ろうとしたのである<sup>13)</sup>。幸いにも、こうした措置が成功を収め、以後、無毒な新顔料の開発が図られると同時に、明治中期まで玩弄品と非玩弄品との混在状態であったものが、この顔料事件を契機に、鑑賞用としての非玩弄品に製造の主力が注がれるようになった。このことはつまり製品の品質変化あるいは用途の変化に他ならず、従来までの産地性格の大きな転換を意味し、他の人形産地との間に明確な一線を画するに至ったのである。もし、この着



色料問題がなかったら、あるいは博多人形は産地としての発展を阻害され、今日における他の人形産地と同じような運命を辿ったかもしれないし、また、たとえ現在のような展開を遂げたとしても、それはかなり遅れてのことであつたらうと推察される。その意味ではこの着色料問題は博多人形の運命を決定づけた重大な岐路であつたことは確かである。

#### (4) 石膏型の利用

さらに、上記の艶出し技法、顔料・着色料の改良などと併せて、石膏型の利用ということについても少しばかり触れておきたい。通常、産業化に伴って生産活動が拡大してくると、産地では量産体制への移行が始まり、相応の産出量が見られるようになってくるものである。博多人形産地でも、明治初期、すでにある程度の産出量を記録し、産地化の状況を窺わせるものがあるが、とくに明治も30年代に入って、それまでに比べ急速な伸びを示し、以後若干の紆余曲折はあるものの、大正8、9年の戦前における第1次の黄金期を迎えるまでに発展して行つたのである（第1表参照）。

このような急激な生産拡大は『井上清助奮闘五十年史』に

「明治三十八年一月以来百戦百捷ニ接シ次テ平和克復トナリ一般ニ活気ヲ帯ビ各地ノ購買力頓ニ増加シ…」

とあるように、日露戦争の勝利とその後の平和到来による購買力増加に応じての増産を、先ずは第一の契機とし<sup>14)</sup>、次いで大正期に入ってから生産方式の移行、すなわち従来の土型による型取りから石膏による流し込み生産方式への本格的な移行で、従来にも増して量産体制が確立されたことによるものである<sup>15)</sup>。もっとも、この石膏型は上記の『井上清助奮闘五十年史』では、同氏が明治中期に度々上京し実地に人形製作の研修に当たった後

「現今ノ博多人形ノ石膏型ハ此ノ節ノ土産デ実ニ余ガ濫觴デアル」

と述べられているように、すでに明治中期において部分的ではあつたらう

第1表 博多人形の生産数量等（明治元年～昭和22年）

年度	生産戸数	従業員数	生産本数（個）	生産金額（円）	備考
明元～4	—	—	—	—	—
5	26	—	<sup>1)</sup> 110,082,600	4,547.6	福岡県地理全誌
6～14	—	—	—	—	—
15	—	—	187,070	2,305.7	福岡県統計書
16～26	—	—	—	—	—
27	—	—	10,134	3,545	福岡市史第1巻
28	—	—	11,114	3,890	〃
29	—	—	12,032	4,211	〃
30	—	—	13,000	4,540	〃
31	—	—	11,863	4,152	〃
32	—	—	—	—	—
33	20	56	288,000	8,640	福岡市史第1巻
34	20	65	292,000	13,000	〃
35	20	65	297,000	13,500	〃
36	21	65	301,000	13,600	〃
37	20	61	302,000	15,000	〃
38	—	—	—	—	—
39	—	—	—	27,000	福岡市史第1巻
40	—	—	—	29,440	〃
41	45	300	380,000	34,200	〃
42	40	—	382,300	34,890	福岡市案内記
43～45	—	—	—	—	—
大元～2	—	—	635,480	52,615	福岡市史第2巻
3	—	—	—	—	—
4	—	—	164,550	35,200	福岡市史資料
5	—	—	204,840	44,520	(大正編)
6	35	—	500,000	110,000	〃
7	—	—	455,000	113,750	〃
8	—	—	1,930,000	<sup>2)</sup> 1,982,000	〃
9	—	—	1,535,000	145,000	〃
10	—	—	—	253,000	〃
11	—	—	—	208,000	〃
12	—	—	—	178,000	〃
13	—	—	—	189,500	〃
14	—	—	—	202,340	〃
15	—	—	—	224,020	福岡市史第4巻
昭2～3	—	—	—	—	—
4	—	340	—	372,300	福岡市史第4巻
5	—	—	760,000	380,000	〃
6～7	—	—	—	—	—
8	153	493	—	426,500	福岡市史第4巻
9	175	537	—	450,000	〃
10～12	—	—	—	—	—
13	—	—	910,000	455,000	福岡市史第4巻
14～22	—	—	—	—	—

備考：一印は不明を表す。

- 注1) 生産量が1億個以上となっているが、この中には面子(=おはじき)だと推察されるものの数が含まれており、それも多分に目分量的なもので金額的にもそう大したものではなく、従って、この数から1億個を削除して考えた方がよさそうである。
- 2) 原本ではこのようになっているが、原本記載の個別内容を詳細に計算してみると正確には198,200円となり、恐らくこの数字は0を一つ多くつけた誤植だと思われる。

が、実際に用いられていたようである。しかし、その使用が本格化してきたのは上記のように大正期に入ってからでその結果年間200万個近くのもの生産が可能になったのである。

こうした石膏型による大量生産は一部において「手抜き」あるいは「品質の低下」を招くと批難される向きもあるが、逆に「量が質を生む」の譬えもあるように、質的向上に寄与することなきにしもあらずで、必ずしも一概に排斥されるべきものではなかろう。まして況や産業という視点からみた場合、粗製乱造は論外としても、大量生産による低価格化の実現は消費需要を刺激し、市場の拡大を通じて、総利潤が増加されるならば、製造に携わる者として、そうした方向を辿るのは理の当然といえよう。また、それが資本主義の論理でもある。

### (3) 販売市場の存在とその開拓

以上のように、博多人形産地における製造上の各種改革と工夫が今日の産地性格を決定づけたが、しかし、いかに優れた作品の産出があったとしても、市場がそれに対応しなければ無意味である。つまり産業として生成し展開していくためには一定市場の存在とその拡大が必要なのである。そのためには単に生産地周辺ばかりでなく、遠く市場を域外に求めなければならない。逆にいうと、これら域内・域外の市場があってこそ、産地は産

業として存立し発展して行くことができるのである。

その点、博多人形産地の場合はどうであったろうか。

まず、博多素焼人形（＝古博多土人形）そのものではないが、その生成の原点とでもいうべき「宗七焼」<sup>16)</sup>が奥村玉蘭（宝暦11年～文政11年＝1761～1828）の著した『筑前名所図絵』（文政4年＝1821年脱稿）のなかに

「かわら町の名物宗七焼ハ、火鉢風爐の類より、假面、偶人、根付なとさまさまあり、今ハ東都の献上にも貢きぬ」

と記述されていることから明らかなように、すでに藩政時代から江戸などへ献上物や商品として移出されていた。博多人形の始祖といわれる中ノ子吉兵衛がこの宗七焼の流れを汲む者であるからには当然その販売先として、こうした東都が脳裏にあったであろうし、また実際に商品として輸送・販売されたことは容易に想像しうるところである。

さらに三原恕平が明治5年に着手し、同13年に編緝が終わった『筑前国福岡区地誌』の中に博多地区の製造物として「焼物人形類」が掲載されており、その生産量五満六千五百個、代價金貳千四百八拾九圓五拾錢の輸送先として大坂・安藝・周防・長門・肥前長岑・筑後・豊前等の地名が記されている<sup>17)</sup>。このように、明治初期においても大坂・中国・九州方面への輸送が行われ、第一次の市場として存在していたことが知られる。

ただし、当時の素焼人形は、明治14年の『福岡県勸業年報第四回』において

「陶磁器土焼土人形類上品ナラサルモ本縣内ノ需要便ナリ」

とあるように今日の博多人形と違って、まだ品質も十分ではなかった。

こうした製品であるだけにその市場はまだ限られた範囲であったようである。しかし、それも上述したとおり明治の中期になってから、著しい製品上の進歩を認めることができ、当然それらを背景にして

「内地は三府を初め、広島、島根、神奈川、兵庫、愛知、香川の諸県は殊に多く、全国殆ど行かざるところはありません。」

との井上清助談(明治36年2月)<sup>18)</sup>が示すように、市場を全国的に拡大していったのである。

そうした市場拡大は国内のみならず海外へもその範囲を拡げていった。海外市場への進出の動きはすでに明治26、7年ごろに見ることができるとが<sup>19)</sup>、それが本格化してくるのは明治も30年代の後半になってからのことである。主な販路としては米国、中国、朝鮮などで、当時の販路の割合は国内が4割、アメリカ2割、残りの4割は中国、朝鮮向けであったと明治41年8月22日付けの「九州日報」は報じ<sup>20)</sup>、またその輸出量も「年々増加の有様」<sup>21)</sup>を呈していたということである。

ところで、海外も含めて、このような販売市場の拡大は上述した製品の改善・改良によることは勿論であるが、それと共に交通の発達に負うところも大きい。周知の通り、明治維新は国内交通の閉鎖性を打破し、併せて汽車や汽船をはじめとする運送機関の改良発達と鉄道・道路・港湾などの基盤整備が進められたことで、幕藩時代に存在した遠隔地市場の遠隔性が克服され、販売市場の全国展開が可能となり、博多人形もこうした推移の中で販売市場を上述のような全国および海外に展開することができたのである。

さらに、こうした交通の発達と同様に販売市場の拡大に当たって、博覧会や共進会が果たした役割・貢献も見過ごしてはならない。というのは博覧会や共進会への出品や入選は、情報伝達組織が未発達であった当時の産業にとって、恰好の広告宣伝行動となる一方、このような博覧会等に刺激されて人形師の間に技術研究の熾烈な競争が行われ、それは一面において、互いに秘法を守って割拠主義に陥る弊害も見られたものの、その競争に傾

けた努力が総合されて技術の躍進をもたらしたことは事実であり<sup>22)</sup>、こうした技術の躍進はいうまでもなく、消費需要を刺激し、販路の拡大に繋がるものである。

なお、参考のために博多人形の明治・大正期における博覧会、共進会への出品および入選状況を示すと、次のとおりである<sup>23)</sup>。

〔国内〕

・内国勸業博覧会

第3回（明治23年 東京）褒賞2点

第5回（明治36年 大阪）3等賞（井上清助・白水六三郎）

・九州沖縄八県聯合共進会

第6回（明治21年 大分）受賞なし

第7回（明治22年 宮崎）受賞なし

第8回（明治27年 那覇）受賞なし

第9回（明治30年 長崎）出品70点 人員90人 受賞なし

第10回（明治32年 鹿児島）受賞なし

第11回（明治34年 熊本）受賞なし

第12回（明治39年 佐賀）3等2点

第13回（明治43年 福岡）2等1点 3等1点 4等6点

〔国外〕

臨時万国博覧会（明治37年 アメリカ・セントルイス）

受賞（博多人形同業組合・井上清助）

万国博覧会（明治39年 アメリカ・セントルイス）

金牌（博多人形組合） 銀牌（井上清助）

日英博覧会（明治43年 イギリス・ロンドン）出品

（受賞の有無不明）

万国博覧会（大正14年 フランス・パリ）銀賞（小島与一，原田嘉平）などを見ることができる。なお，ついでながら博多織の場合は早いころから各種博覧会や共進会で優秀な賞を数多く受賞しているが，当博多人形ではそれよりかなり遅れての受賞となっている。博多織等に比べ，まだ，技術的に不十分だったことの証左であろう。

それはともかく，博多人形業界では，こうした販売市場の地域的拡大を図るとともに，新分野への市場開拓にも積極的に働きかけていった。その一つが，教育界への教育教材として，博多人形に意匠を凝らし，歴史教育のための標本創作に乗り出していったことである。

「博多人形ノ精巧ナル技術ヲ以テ學術上ノ標本ヲ造リ豫テ學界ニ不自由ヲ感シ居タル人種ノ模型ナリ則チ何處の人種ハ怎フ云フ容貌テ怎フ云フ色ヲシテ居ルカ此ノ模型ニ良キモノガナク外國製ノ物デモ良ヒモノガ無ヒ故ニ博多人形ヲ造ルダケノ技術ガアレハ十分成功スルニ違ヒナク次ニハ太古ノ遺物之ハ諸方學校ニテ教ヘルニ實物ヲ揃ヘルニハ十分デナク又繪ヤ寫真デハ不十分ダカラ之モ人形ニ造レハ容易ニ出來ル其外教育上ノ参考品又ハ専門學者ノ傍ラニ置テ見ヤウト云フ物モ實物ヲ揃ヘルニハ中々難キ故ニ之モ標本ニ拵ヘルノガーノ考案ナリ」

との当時人類学の泰斗であった東京帝国大学理科大学教授坪井正五郎理学博士の示唆によって井上清助氏が歴史上の人物をはじめ山水，市街，地理等の教育模型を作成したところ図らずも好評を博し，全国数十万の各種学校の必要教育用材として受け入れられ，注文が殺到し大成功を収めることになったというのがそれである<sup>24)</sup>。

#### (4) 消費需要動向への適応

一つの産業が成長・発展し存続していくためには上述のごとき技術面で

の研鑽・向上や市場の拡大・開拓に努めるのはもちろんのこと、それらと共に消費需要動向への適合を図ることもまた忘れてはならない。

いまさらいうまでもないことであるが、どんなに優れたものを作ったとしても、それが売れなければ意味はない。「作ったものを売る」のではなく「売れるものを作る」ことが企業や産地の維持・存続にとって必要不可欠の要件である。

すでに前稿で述べたように博多人形（当時は博多土人形ないし博多素焼人形と呼ばれていた）がこの世に姿を見せ、成長していったのは文化・文政の爛熟期といわれた時代であり、ここ博多でも町人階級の台頭や町並みの展開、あるいは祭礼等の慣行の固定化などが見られ、こうした社会・経済・文化史的基盤・土壌の上に素焼人形は単なる玩弄物としてばかりでなく、節句人形や装飾玩具としての工芸品的需要が生まれてきたのである<sup>25)</sup>。

もっとも、当時の史料が殆ど残っていない今日、どの程度の消費需要動向への適合がなされたかは詳らかではない。しかし、少なくとも明治に入ってから、これも単なる文章表現のみでその内容を細かく伝えてはいないが

「明治元年の頃より種々社会の嗜好に適する人形の製造に奮励し、一方には大いに之が路を拡張せり…<sup>26)</sup>」

とあるように、社会の嗜好を汲み取り、それへの適合が図られていったことだけは確かである。

そうしたことの現れが、既述のような土質の選択や、意匠並びに彩色法の改良と相まって昔時に比べ格段の品位向上を実現させ、また、これも先述のように井上清助氏による教育人形の製作などで明治中期ごろには家庭教育人形、歴史教育人形、日本風俗人形、肖像人形、床置人形、商店用人形、広告人形、室内装飾人形、陳列場人形、滑稽人形、巻煙草灰落人形、



楊枝差人形，日本小児風俗人形，十二月色遊人形，角力四十八手取組人形<sup>27)</sup>といった他産地に類をみない製品種類の豊富さをもたらし，従来の玩弄人形から応接間や床の間，あるいは商店の店頭を飾ったり，教育用として学校等へとその分野を拡げ，以後景気変動や戦時統制経済等による紆余曲折はあったものの，今日，他産地が衰退に向かうなか，停滞期にあるとはいえ，なお土人形界にあっては断然たる勢力を誇る基礎をなしたといえよう。

もっとも博多人形はこうした消費需要の動向を汲み取り，生産面へ反映した結果が，従来の玩弄人形の域から芸術作品分野への進出となったのであるが，それはそれでまた，当時の他の土人形製作地に見られない(もし，見られたとしても僅少であったと思われる)作品の「芸術性」と「商品性」の調和・統一という永遠の課題を抱えるようになったのである<sup>28)</sup>。その課題に如何に応えるかが，今日においても産地に課せられた大きな問題の一つとされているが，このことについては，また後に改めて取り上げてみたいと考えている。

#### 4. おわりに

本稿では冒頭でも述べているとおり，博多人形がその発生をみた江戸時代より，明治・大正期に入り一段と産業・産地化していく過程を，当該時代を中心にいくつかの項目に焦点を絞りながら「産業史」という側面から考察してみた。しかし，本文中でも断っているように，博多人形に関する史資料は極めて乏しく，そうした史資料の裏付けによる論考には程遠い内容になってしまった。勢い多くの点で推論が混じり，従って，正鵠を欠く憾みがなきにしもあらずであり，また紙数の制約もあって，意図したことを十分，かつ詳細に論述できなかつた。しかし，不十分，かつ粗雑ながら

も未だ産業史的視点からの研究が殆どなされていない博多人形製造業について、これらが一里塚ともなれば幸いであり、また今後一層の研究が進められていくことを願っている。

- 1) 小古井嘉幸著『中野の土人形』日本土人形資料館，平成6年改訂版，24ページ。
- 2) 中小企業庁では「地方圏の中小企業集積の中には，多数の中小企業が地域内の原材料，労働力，技術等の経営資源を活用して，生産・販売を営んでいるものがあり，これらの中小企業が一定の地域に集積し地場産業を形成している。こうした地場産業のうち，特定業種に属する中小企業が多数集積して形成されているものが産地と呼ばれている。」（『中小企業白書』平成7年版，276ページ）と規定している。本稿もそれに従い，産地と単なる生産地とを区別することにした。
- 3) 山田徳兵衛著『日本の人形』（保育社，昭和39年）の中で「土人形が盛んになったのは文化・文政の頃であり，伏見・博多両人形も同様であるが，かつて，百以上もあったという土人形の産地は今や廃絶の運命をたどり，商品として市民権を得ているのは博多人形のみになってしまった。」と述べられている。『日本の人形』が出版された時点ではそうであったかも知れないが，最近の筆者の調査によれば平成10年現在で京都の京陶人形が博多人形とほぼ同規模で生産がなされている。従って本稿ではこれを加え2産地とした。
- 4) 拙稿「博多人形製造業に関する産業史的考察(1)—古博多土人形から新興博多人形へ—」（九州産業大学商学会『商経論叢』第39巻第1号，平成10年7月，所収）2～5ページ。
- 5) 博多人形は，伝統的工芸品産業振興協会が平成7年2月に実施した「伝統的工芸品に関する消費者意識調査—伝統的工芸品知名度調査—」において，全国一の知名度を有していることが明らかとなった。詳細については上掲の拙稿を参照して頂きたい。
- 6) 明治34年3月14日付「九州日報」（『福岡市史第一巻』791ページより引用）。なお、『博多人形沿革史』（著者不詳）に「而してその最大条件となる陶土が従来用いられたものでは到底理想的な玩具人形製作に適しないことを悟り，先ず原料粘土の発見を志し，近郊の筑紫郡竹下に於て粘土層を発見，直ちに試用したが，土質の脆弱なるを知って更に日々郡内の山野を独り跋涉し，終に同郡麦野の山中で良質粘土を発見，狂喜し，いよいよ人形製作の本願に精進した。」（同書22～23ページ）とあるように麦野の前に竹下の土が試用されたようである。
- 7) 中ノ子吉兵衛については上掲の拙稿を参照されたい。
- 8) 『福岡市史第一巻』791～792ページ。
- 9) 著者不詳『博多人形沿革史』58～59ページ。

- 10) 井上清助談（『福岡市史第一巻』793ページより引用）。
- 11) 『福岡市史第一巻』799ページ。
- 12) 『井上清助奮闘五十年史』の中にも「我が博多人形が従来世人ノ一顧ダニモ與ヘザリシ不細工極ル田舎人形ノ域ヲ超越脱シテ…」とある。
- 13) 明治三十三年八月二十四日付「九州日報」（『福岡市史第一巻』785～786ページ）参照。
- 14) 中楯 興「高度成長経済下の地場産業—博多人形の経済構造—」（『九州大学産業労働研究所報第35・36号』昭和40年，所収）18ページ。
- 15) 石膏型は一つの原型を基にして作成されるが，こうして作成された石膏型から製造される人形のうち，製品として見るべき数は大体30個程度といわれる。しかし実際には一つの石膏型から200個ぐらゐを作っているのが普通のものであるし，また一つの原型から石膏型はいくつもとれるから仮に石膏型を5個作れば，実に1,000個の同じ人形が大量生産されることになる。（中楯 興「同上論文」32ページ）。
- 16) 慶長5年（1600）10月，黒田長政が豊前中津から筑前国に移封され，翌6年福岡城構築の土木工事を起こしたとき，旧領地から長政に従って入国した瓦師の正木一族などが城瓦の製造に従事した。この時の瓦師正木仁右衛門の孫正木宗七が鬼瓦の細工物から製陶の技法を習得した後，末子の故をもって本家から独立し，製陶業を開くようになった。宗七は甚だ器用人で初め種々の作品を造ったが，特に大黒面，能楽面の製作に秀で，ついに藩公黒田家の御用焼物師となり細工物の調進を命ぜられるに至った。こうして世にいう「宗七焼」が誕生し，その後二代，三代とその製法が受け継がれ，六代に及んで精巧な土偶を見るようになったところから，この正木宗七を博多人形の源流とする説もある。
- 17) なお，渦原実男氏は「商圈が福岡県内に限られていた戦前は…」と戦前における商圈を福岡県内のみ限定しているが（「地場産業のマーケティング戦略と振興策の一考察—福岡県の博多人形産地のケーススタディー—」，西南学院大学『商学論叢』第43巻第4号，平成9年，109ページ），少なくとも，本文記載の諸史料から見る限り，このように商圈を福岡県内のみ限定するのは疑問である。
- 18) 『福岡市史第一巻』793ページ。
- 19) 『井上清助奮闘五十年史』に「自分ハ販路ノ生面ヲ海外ニ求メントスル第一歩トシテ明治廿六七年頃製品ヲ支那上海ノ日清貿易陳列所ニ廣告出品セシモ時偶々日清戦争勃発シ遂ニ出品物モ売上金モ没失シテ其ノ効果ヲ得ザリキ」とある。
- 20) 『福岡市史第一巻』788～789ページ。
- 21) 『福岡市史第一巻』800ページ。
- 22) 著者不詳『博多人形沿革史』5ページ。
- 23) 資料：『福岡市史第一巻』676～692ページ。
- 24) 『井上清助奮闘五十年史』より。
- 25) 中楯 興「上掲論文」18ページ。

- 26) 『福岡市史第一巻』 792ページ。
- 27) 明治36年2月, 井上清助談 (『福岡市史第一巻』 795ページ) より。
- 28) 渦原実男「上掲論文」100ページ。

なお, 渦原氏は同論文において「物を販売するということは, 消費者が望む物を消費者が認めた価格で販売することである。博多人形の場合, 消費者のニーズに合わせることは, 本来の人形の良さを喪失しかねないと懸念されるが, 産業として博多人形が今後とも生き残っていくためには, 消費者ニーズの満足が不可欠である。その点を踏まえて, 新たな発想によるマーケティング戦略が必要である。」(125ページ) と述べ, 消費需要動向への適合が産業として不可欠のものであることを説いている。筆者も同感である。