愛知教育大学研究報告，46（人文・社会科学編），pp. 171～182, February, 1997

地場産業の人間学的考察

——関市刃物工業を事例に——

佐古井　貞　行

Sadayuki SAKOI

（消費生活科学選修）

1．は　じ　め　に

世界に名だたる刃物産地は14を数えるが，その中でも関市はドイツのゾーリンゲンと並び称される世界二大産地の一つである。ここでは関市刃物工業を事例に地場産業の人間学的考察を行なうこととする。

地場産業の研究といえば，これまでたいてい地域振興，産地活性化を目的とする経済学的研究であった。今日の労働者が高度な近代技術の下で生産効率の奴隷となって人間らしい労働環境を失った状況のなかで，地場産業も同じく経済効率の低い斜陽産業として日本経済の末端的地位を占めるが，地場産業の手工技術が製品を通して人間の創造の喜びを与えるものとして，人間労働の復権を志向する産業として見直されつつある。

現代の日本は世界の中でも最も近代化に成功した国である。ギアード・ホーフステッド[1]は経営文化の観点から国際比較を試みている。それによると世界の中で男性化指標の値の最も高い国は日本である。男性化指標の高い国の価値観とは，「金銭と物質中心主義」，「業績達成と成長の重視」，「仕事優先」，「独立の重視」，「決断力」，「卓越化：最高をめざせ」，「大きいこと，早いことは美しい」，「社会における両性の役割には，明確な差異がなければならない」などである。これに対して男性化指標の低い国の価値観は「人間中心主義」，「生活の質と環境の重視」，「生活優先」，「奉仕の優先」，「相互依存の重視」，「直観」，「平等化：他にぬきんでるな」，「小さいこと，ゆっくりしたことは美しい」，「社会における両性には差異があってはならない」などである。

日本は世界の平均のほぼ2倍の高さで男性化指標が高くなっている[2]。これで見るかぎり日本は世界できわだった生産社会，モノ社会ということになる。これは日本人が生産効率の奴隷となって人間らしい労働環境の中で生活出来ないことを意味している。

地場産業は手工業を中心とする低生産性の故に，近代産業の中枢に組みすることも出来ず，男性化指標の高い産業とは無縁の地位に留められている。むしろ男性化指標の低い国の価値観に共通する性格を形成する立場に位置するのではなかろうか。地場産業が生産社会，モノ社会とは異なる人間中心の社会，いわゆる生活社会，ココロ社会を生み出す萌芽を関市の刃物工業にさぐってみたい。

関市の刃物工業は，熟練した技を必要とする工作物であっても芸術的要素を備えた伝統的工芸品産業[3]には指定されていない。このことは刃物産業の芸術的要素とかかわることかもしれないが，伝統的工芸品産業の周辺にあって伝統的工芸品産業とは違う手工業としてより市場的性格の強い産業の工業としての人間的側面の検討を行なう。

2．地場産業の立地背景としての関市の概況

“関より東を関東，関より西を関西と呼ぶ”といわれてきた関市は，岐阜県の中南部，鵜飼と清流で名高い長良川の中流に位置し，中部経済圏の中核都市名古屋市の北40km，県都岐阜市の東に隣接している。面積102.51㎢，人口は平成7年現在，71,916人である。

産業別就業者数は総従事者数3万6千人のうち，第1次産業3.6%，第2次52.5%，第3次43.9%となっている。

昭和56年に工場誘致条例を制定し，昭和60年度完成をめざした「関工業団地」は現在，航空機，自動車部品，化学工業製品などの企業16社が操業しており，さらに将来はテクノハイランド工業団地，物流ネットワークシティー，ロジスティック構想などの諸事業が計画されている。これは現在郡上八幡まで延伸している東海北陸自動車道に加えて，現在進行中の東海環状自動車道が関市から東名・名神高速道路，中央自動車道，東名阪自動車と結ばれるからである。

平成6年度の工業製造品出荷額は2,367億円で，そのうち刃物関係は459億円で全体の2割を占める。商店数は平成6年度1,112を数え，1商店あたりの年間販売額は約1億4千万円を占める。高速道路の開通によってジャスコをはじめとする大型店が立地し，関市周辺からの顧客を吸収している。

1人当りの市民所得は県平均を100として98.3（平成5年度）で，1ケ月1世帯当りの平均実収入は約63万

円，消費支出は約35万円である。

観光地としては長良川の鵜飼が有名で，観光客の入込数は年間150万人（宿泊30万人）を数え，10月の刃物まつりには25万人の人が集まる。

3．関刃物工業の生産構造

(1)　刃物工業生産の歴史

関市における刃物工業の歴史は鎌倉時代（西暦1263年）に刀匠「元重」が関に移り住んだことに始まるといわれる。当地が刀鍛冶に必要な良質の松炭，焼刃土，水等に恵まれていたことから，全国より著名な刀匠が相ついで関に移り住み刀鍛冶を始め，鋭い切れ味と芸術性の高い名刀が生まれた。室町時代には刀匠300人を数えて最盛期となり，中でも孫六兼元，志津三郎兼氏は有名である。

一方，打ち刃物としての歴史はすでに南北朝期（1300年代）に関の剃刃が京都への土産として珍重されており，1400年代後半になると関の打ち物として，剃刃だけでなく，包丁，毛抜き，爪切，はさみなども美濃土産として登場し，関の刃物の名声はこの時代に，刀剣類だけでなく広く日用品にまで及んでいた。

時代は下って江戸時代になると，世の中が安定し刀の需要が減ったため，刀鍛冶から，鎌，鍬，包丁等の農機具及び家庭用刃物の製造に変っていった。明治に入るとポケットナイフが輸出向に生産されるようになり，大正8年には洋食器（スプーン，ナイフ，フォーク）の工場が出現し，昭和7年には替刃カミソリ工場が出来た。現在では卓越した伝統の技法を生かした，ポケットナイフ，台所・食卓用刃物，はさみ，安全カミソリ等を生産する「刃物のまち関」として，国内はもとより広く海外にも刃物の産地として知られている。

(2)　刃物工業の生産構造

1)　事業所の経営組織，従業員の特徴

平成6年12月現在，刃物製造の事業所は616を数える。経営組織別にみると，個人経営が486で78.9%，法人経営は129で20.9%を占める。ほかに組合が1つある。

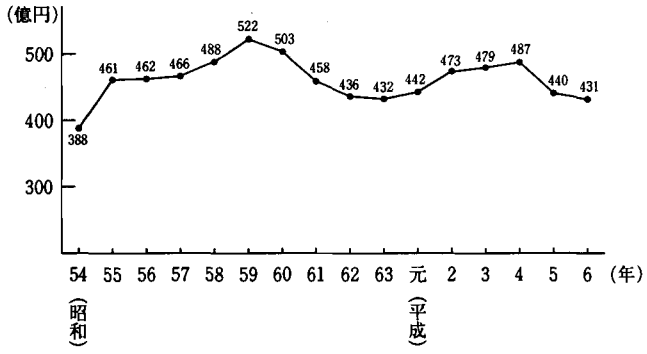
従業員数別の企業数は「3人以下」が440で全体の71.4%，「4～9人」が121で19.6%，「10～19人」が28で4.5%，「20～49人」が17で2.8%，「50～99人」が7で1.1%，「100人以上」が3で0.5%である。9人以下の事業所が全体で9割を占める。

従業者数は家族従業者，常用従業者合せて3,393人を占める。これを性別にみると，男性は1,904人で56.1%，女性は1,489で43.9%で，男女でそれほど大きな差はない。

2)　生産額の推移

昭和50年代は輸出率50～60%台を誇り，刃物産業の成長は順調であったが，昭和60年のプラザ合意以降の急激かつ大幅な円高の進行によって輸出が大きな打撃を受け61年の生産高は図3－1にみるごとく，59年の522億円から458億円へと減少し，その後も減少が続いたが，内需拡大への努力，平成景気のおかげで一時生産高の回復がみられたが，バブルの崩壊とともに再び低迷にあえいでいる。また輸出率も年々低下の傾向にあり，平成6年度は3割を切っている。

図3－1　刃物生産額の推移



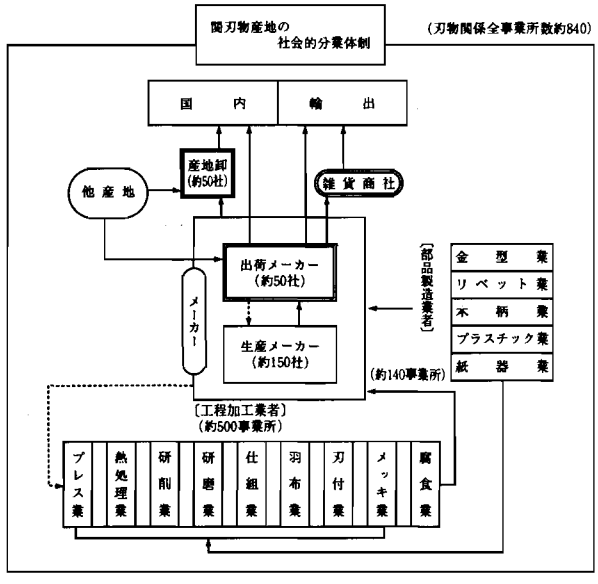
資料　「関市の工業」各年度版より作成

なお，平成4年現在，わが国における関の刃物生産高の製品別割合は，包丁59%，ナイフ60%，はさみ32%，理髪用刃物77%，爪切・缶切・栓抜等34%，食卓用ナイフ・フォーク・スプーン10%である。

3)　生産体制と生産工程

刃物作りは，日本刃作りの仕組みである分業技術が伝承され，多くの工程加工業者，部品製造業者よりなる社会的分業体制を構成している。その社会的分業体制を示したのが図3－2である。

図3－2　関刃物産地の社会的分業体制



資料　「関市の工業」平成7年版　19ページ

第1は「出荷メーカー」と呼ばれるもので，約50社ある。第2は「生産メーカー」と呼ばれるもので約150社ある。ほとんどのメーカーは，自社工場で一貫生産

しないで外注に依存している。第3は工程加工業者で，約500事業所あり，それぞれの工程によって分業している。特に研磨，研削，仕組等の業者が多く，ほとんどが家内的な事業所である。第4は刃物に関連する部品の製造業者等で，約140事業者ある。刃物関係全体では約840事業所があり，関市の事業所数の48%を占めている。しかし昭和50年代半ばの状況は工程加工業者，約900社，部品製造業者は約200社あり，最近の15年間に下請業の顕著な減少傾向がみられ，分業構造そのものの崩壊の危機も避けられない状況にある。

(3) 刃物工業の流通構造

1) 流通経路の構造

刃物産地の流通経路は，国内では生産メーカー→出荷メーカー（又は産地卸商）→地方問屋→小売店（金物店・量販店）という経路で全国に市販されている。出荷メーカーの中には全国に支店網を持つ企業もあり，また問屋を通さない量販店との直接取引も多くなって，国内流通も大きく変化してきている。また輸出の場合は，出荷メーカー→雑貨商社（輸出商社）→輸入商（卸商・専門店）という経路で取引されるが，最近輸出商社を通さず海外バイヤーと直接取引するケースがふえている。

2) 地域別輸出先と出荷額

国内の出荷先は全国におよぶので，ここでは海外への輸出状況をみる。輸出額についてみたのが表3－1である。

表3－1 刃物輸出額の推移 （単位 億円）

	昭和54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	平成元	2	3	4	5	6
輸出額	210	275	267	254	273	303	282	223	188	173	171	178	180	166	142	118

資料 『関市の工業』各年版より作成

輸出品目は台所・食卓用刃物，ポケットナイフである。表でみるかぎり昭和59年をピークに，プラザ合意以降の61年からは急激に輸出が減少している。超円高傾向を反映して最近はさらに減少している。

出荷先を平成6年度において地域別にみると，アメリカ46.9%，ヨーロッパ22.1%，東南アジア14.2%，中近東9.2%，アフリカ3.2%，大洋州1.9%，中南米1.4%，カナダ1%となっている。

4．生産構造の人間学的考察
～〈誇り〉の構造分析～

(1) 関刃物工業の社会認識

ここでは関刃物工業従事者の意識分析をするまえに，刃物工業従事の当事者でない関市の一般市民の刃物工業に対する認識をみておくこととしよう。調査は平成2年11月に電通リサーチ名古屋支社が行なったもので[4]，関市一般市民11名，関商工高校男子2年生8名，関商工高校女子2年生8名，ほかに業界・関連業界のトップマネージメント，オピニオンリーダー等にインタヴィューし，産地イメージアップの分析を試みている。

ここでは関市民を対象に，一般市民，男子高校生，女子高校生の意識をみておくこととする。

1) 関市一般市民の刃物工業に対する意識

○刃物会社を意識したことはない，中小企業がいっぱいあるという感じ ○子供が大きくなったら刃物産業に就職させたいと思ったことはない ○給料が悪い，汚い，暗い，忙しい ○地域社会に余り貢献しない（利己的，自分の金儲け） ○フェザー・貝印は別格，他は家内工業的・零細的

2) 男子高校生の刃物工業に対する意識

○周囲に刃物工場があるが，意識したことはない
○近所で働いている人はいるが話したことがない
○ラインがあってガチャン・ガチャンとやっている感じ

3) 女子高校生の刃物工業に対する意識

○中身よりも外見が大事，刃物会社は外見が悪く，世間体も悪い ○パッとした感じがなく，暗く，人を魅きつける魅力がない ○ほとんどが下請けなので，華やかさがない

以上，関市民の刃物工業への認識はきわめて悪い。高校生に刃物工業を歓迎する意識が全然みられないうえに，親が就職に反対する状況の中で，刃物業界関係者のここ数年関商工を卒業して刃物工業の仕事についた話を聞いたことがないという声が聞こえてくる。

(2) 「地場産業従事者の意識に関する調査」の概要

本調査は関市で刃物づくりに直接たずさわっている人（刃物産業従事者でも事務・営業などは除く）を対象につぎの方法で行なった。

1) 調査対象者抽出方法

調査対象者の抽出は関刃物産業連合会に加入している人と，電話帳で刃物づくりにかかわって仕事をしていると思われる人，約900名（従業者総数はプレス，金型，木柄，紙器の各業も含めて約5,000人）から任意に600名を抽出した。

2) 調査方法

郵送法

3) 調査時期

平成8年6月20日～6月30日

4) 回収状況

サンプル数 600票
有効回収数 218票
有効回収率 36.3%

5) 調査対象者の性格

調査対象者の性格は表4－1のとおりであるが，抽出が関刃物産業連合会名簿，電話帳からのため，対象

表4－1　調査対象者の性格

	性別		年令					学歴					従業上の地位				
全体	男	女	40才未満	41～50才	51～60才	61～70才	71才以上	中学校卒	高校卒	短大・専門学校卒	大学卒	その他	法人経営主	個人経営主	法人経営従業者	個人経営従業者	個人経営従業者家族
218	193	23	12	43	82	68	13	70	91	10	17	27	52	102	22	20	16
100.0	88.5	10.6	5.5	19.7	37.6	31.2	6.0	32.1	41.7	4.6	7.8	12.4	24.0	47.0	10.1	9.2	7.4

	従業員数					仕事年数				年収				
全体	3人以下	4～9人	10～19人	20～49人	50人以上	10年以下	11～20年	21～30年	31年以上	300万円以下	301～500万円	501～700万円	701～900万円	901万円以上
218	122	49	23	15	5	9	22	58	124	55	61	51	21	21
100.0	56.0	22.5	10.6	6.9	2.3	4.1	10.1	26.6	56.9	25.2	28.0	23.4	9.6	9.6

	従事している仕事(MA)											作っている製品(MA)							
全体	プレス業	熱処理業	研削業	研磨業	仕組み業	羽布業	刃付業	金型業	木柄業	プラスチック業	リベット・紙器業メッキ・腐食	ポケットナイフ	台所・食卓用刃物	カミソリ・替刃	はさみ	包丁	爪切り	日本刀	その他の刃物
218	26	8	34	71	49	32	51	16	15	10	13	52	67	4	75	64	19	10	21
100.0	11.9	3.7	15.6	32.6	22.5	14.7	23.4	7.3	6.9	4.6	6.0	23.9	30.7	1.8	34.4	29.4	8.7	4.6	9.6

(注)　NA・不明は除く

者は経営主・世帯主中心になっている。

(3)　分析の方法

以下の分析は，関市の刃物工業に対する従業者の〈誇り〉を基準に，仕事における分業体制，生産技術，地域社会，家族経営，消費感覚，消費行動の各分野の意識を分析する。各質問は4問よりなり，それぞれG・ホーフステッドのいう男性化指標の低から高への価値観で構成されている。前2問がココロの価値観，後2問がモノの価値観に立つ。

〈誇り〉の基準はつぎのようになる。「あなたは関市の刃物工業に誇りを持っていますか」という質問に対して，「大いに誇りを持っている」は13.8%，「誇りを持っている」は45.4%，「あまり誇りを持っていない」は32.6%，「ぜんぜん誇りを持っていない」は5.0%である。

合せてここでは住民意識による分析を加えている。それは「あなたの住民としての生活態度はつぎのいずれに近いですか」の質問で，「この土地にはこの土地なりの生活やしきたりがあるので，できるだけこれに従って，人々との和を大切にして暮らしている」は52.3%，「この土地にたまたま生活しているが，この土地にさして関心や愛着といったものはない」は7.8%，「この土地に生活している以上，自分の生活上の不満や要求を出来るだけ市政やその他に言っている」は6.9%，「地域社会は自分の生活上の一つのよりどころであるから，住民がお互い進んで協力し，住みよくするよう心掛けている」は31.7%である。

この4つの質問は奥田道大[5]が「地域共同体」，「アノミー」，「個我」，「コミュニティー」として住民意識の分析に用いたものである。「地域共同体」が伝統型，「アノミー」が無関心型，「個我」が権利要求型，「コミュニティー」が自治型の住民タイプと位置づけられている。

ここでは〈誇り〉の各レベルにみる価値観が，住民意識のどのタイプに共通的かをみる。とりわけ〈誇り〉を「持っている」層と「持っていない」層が，住民意識の伝統型と自治型の意識とどのような共通性を持つかである。それは伝統型と自治型は価値観でいえば，伝統型は古い価値観を担う層として，自治型は新しい価値観を担う層として考えられる。そこで〈誇り〉の各レベルが住民意識との関係からみて，古い価値観の人，新しい価値観の人のどちらかにより担われているかをみる。

ここで住民のタイプの表現は伝統型，アノミー型，個我型，民主型[6]として扱うこととする。

(4)　〈誇り〉と社会的分業体制の評価

地場産業の特徴は資本蓄積の不足を補うために，社会的分業を根幹とする徹底した労働集約的生産方法をとることにある。以下表4－2によって分析する。

1)　社会的分業の効率的評価

「関市の刃物づくりは分業体制になっていますが，この分業体制のありかたを生産効率の面であなたはど

表4－2　〈誇り〉と社会的分業体制の評価

社会的分業体制		全体	社会的分業の効率評価					社会的分業の人間関係評価				
			うまく機能	あまりでてきいい効率的	ればでたい避け	分業以外を考えるべき	その他	何人かの手を経るのはよい	連帯感が保てて	他の工程を意識しない	関係を感じる人間	その他
全体		100.0 (218)	47.7 (102)	24.8 (53)	22.0 (47)	1.4 (3)	3.3 (7)	13.4 (29)	39.8 (86)	29.6 (64)	12.5 (27)	3.7 (8)
関刃物工業の評価	大いに誇りを持っている	100.0 (30)	73.3	3.3	16.7	—	3.3	16.7	40.0	30.0	13.3	—
	誇りを持っている	100.0 (99)	43.2	28.4	23.2	2.1	2.1	12.4	42.3	29.9	9.3	5.2
	あまり誇りを持っていない	100.0 (71)	42.3	29.6	22.5	1.4	4.2	11.3	42.3	28.2	14.1	4.2
	全然誇りを持っていない	100.0 (11)	45.5	27.3	27.3	—	—	27.3	27.3	18.2	27.3	—
住民意識	人々との和を大切にしている	100.0 (114)	52.3	16.2	23.4	1.8	4.5	14.2	39.8	28.3	10.6	6.2
	この土地に関心や愛着はない	100.0 (17)	23.5	47.1	23.5	—	5.9	11.8	23.5	52.9	11.8	—
	不満や要求を出来るだけいう	100.0 (15)	53.3	26.7	13.3	—	6.7	26.7	400	—	33.3	—
	協力し住みよくするよう心がける	100.0 (69)	45.6	30.9	22.1	1.5	—	10.3	44.1	33.8	10.3	1.5

(注)　表側の「関刃物工業の評価」の「その他」1名は省略してある。また表側・表頭のNA・不明は省略してある。「全体」に対する「選択肢」の%には不明分は含まれていない。以下の表も同じ。

う評価しますか」という質問に，「手仕事中心の生産体制なのでうまく機能している」は47.7%，「分業体制は一つの方法ではあるがあまり効率的でない」は24.8%，「分業体制は出来れば避けたい体制であるがやむおえない」は22.0%，「絶対に分業体制以外の方法を考えるべきだ」は1.4%となる。

これを〈誇り〉との関係でみると，「うまく機能」は「大いに持っている」で高いが，他は〈誇り〉のレベルで差はない。

住民意識との関係でいえば，「あまり効率的でない」がアノミー型に高い。伝統型と民主型の関係でいえば「うまく機能」は伝統型に，「あまり効率的でない」は民主型に高くなる。

2)　社会的分業の人間関係的評価

「それでは分業体制を社会・人間関係的な面からはどう評価されますか」と聞いた。それによると，「一つの製品が工程を別にする何人かの手を経て出来ることに喜びを感じる」は13.4%，「分業はモノを作るうえで工程を別にする人との連帯感が保ててよい」は39.8%，「分業体制で取り組んでいてもとくに他の工程の人を意識することはない」は29.6%，「分業体制はよけいな人間関係のわずらわしさを感じてよくない」は12.5%で，全体では人間関係の肯定的評価にやや高い。

〈誇り〉との関係では「何人かの手を経るのはよい」「よけいな人間関係を感じる」の両極の意見に「全然持っていない」が高い。これはサンプル数の少なさが影響しているのかもしれない。そのほかは〈誇り〉のレベルで差はない。

住民意識との関係ではアノミー型，個我型に差異が認められるが，伝統型と民主型には指摘するような傾向はない。

以上〈誇り〉と社会的分業体制の評価をみてきたが，生産効率，人間関係面ともに，〈誇り〉とそれを裏づける意識に指摘出来るような傾向はみられなかった。

(5)　〈誇り〉と生産技術に対する意識

表4－3によってみてみよう。

1)　高度な手工技術・技法

地場産業はその土地の資源に依存し，生産工程が機械化しにくいなど，いわゆる熟練した手工技術・技法にたよる生業としての性格が強い。

そこで「あなたは自分の刃物づくりのわざをどのように評価しますか」と聞いてみた。それによると「自分の仕事でふるっているわざは高度の部類であり生きがいを感じる」は13.1%，「わざの生かせる仕事に取り組んでいることに喜びを感じる」は26.6%，「わざといってもくり返しでありそれに喜びを感じるほどでない」は36.9%，「自分の仕事をわざと思ったことはない」は17.3%で，「生きがい」，「喜び」が4割を占める。

〈誇り〉との関係でこれをみると，「生きがい」も「喜び」も〈誇り〉が高いほど高くなっている。「喜びを感じない」，「わざと思わない」はその反対の傾向にある。つまり仕事に〈誇り〉を持っている人は自分たちの技術についても「生きがい」や「喜び」を持っている人たちなのである。

そこでこの「わざ」を住民意識との関係でみてみた。「喜びを感じない」はアノミー型で，「わざと思わない」は個我型に高い。伝統型と民主型は「わざ」に対する評価がどのレベルでもほとんど変わらない。価値観を担う層に伝統型，民主型，つまり古い価値観の担い手と新しい価値観の担い手で差がないということだ。

2)　仕事の人間化一生の充足

近代技術が人間の手によって実際の物に直接触れる作業を省いているのに対し，地場産業は人間の手によって素材に形や機能を作り出していく。

そこで「仕事についてのあなたの考えはつぎのどれにあたりますか」と聞いてみた。それによると「手仕事のように，出来上がった製品に自分の労働の成果がみられる仕事が最高だ」は36.3%，「人間のからだと心を同時に使いながらするような仕事でありたい」は25.6%，「仕事は出来るだけ機械にやらせるのがよい」は26.0%，「作業工程が全自動化されるのが理想である」は10.2%である。「手仕事」による仕事を支持する人が6割を占める。

そこで〈誇り〉との関係をみると，「手仕事に自分の成果が見られる」は〈誇り〉が高くなるほど高くなる。反対に「全自動化が理想だ」は〈誇り〉が低くなるほど高くなる。つまり〈誇り〉が高いほど手仕事の仕事の質としての評価が高いということである。

そこでこれを住民意識との関係でみてみた。ここでもアノミー型と個我型に差異がみられるが，伝統型，

表4－3　〈誇り〉と生産技術に対する意識

生産技術		全体	高度な手工業術・技法					仕事の人間化					自己実現としての技術					人間の顔を持った技術				
			生きがいを感じる	喜びを感じる	喜びを感じない	わざと思わない	その他	自分の成果が見られる	心と体を使う仕事でありたい	よい機械にやらせるのが	全自動化が理想だ	その他	生命が実現される思い	自分の手の加わりがはっきりしている	もっと高度の製品作りがしたい	ほかの仕事がしたい	その他	もっとも人間らしい仕事	他の仕事よりまし	他の仕事の方がよい	一番原始的な仕事	その他
全体		100.0 (218)	13.1 (28)	26.6 (57)	36.9 (79)	17.3 (37)	5.6 (12)	36.3 (78)	25.6 (55)	26.0 (56)	10.2 (22)	0.9 (2)	6.9 (15)	47.2 (103)	33.0 (72)	7.8 (17)	3.2 (7)	18.5 (40)	48.6 (105)	12.5 (27)	15.3 (33)	2.3 (5)
関刃物工業の評価	大いに誇りを持っている	100.0 (30)	20.0	60.0	6.7	13.3	—	53.3	30.0	13.3	3.3	—	30.0	53.3	13.3	3.3	—	51.7	44.8	—	—	—
	誇りを持っている	100.0 (99)	13.7	28.4	32.6	15.8	8.4	37.5	21.9	30.2	8.3	2.1	5.1	61.6	29.3	—	4.0	18.4	55.1	5.1	15.3	4.1
	あまり誇りを持っていない	100.0 (71)	11.3	12.7	47.9	22.5	5.6	32.4	22.5	29.6	15.5	—	1.4	29.6	49.3	14.1	2.8	7.0	45.1	23.9	21.1	1.4
	全然誇りを持っていない	100.0 (11)	9.1	9.1	63.6	18.2	—	18.2	45.5	18.2	18.2	—	—	27.3	18.2	54.5	—	9.1	36.4	36.4	18.2	—
住民意識	人々との和を大切にしている	100.0 (114)	11.6	31.3	34.8	16.1	5.4	36.6	25.9	27.7	8.0	0.9	8.8	49.1	32.5	4.4	2.6	20.5	53.6	7.1	12.5	2.7
	この土地に関心や愛着はない	100.0 (17)	11.8	—	64.7	23.5	—	17.6	23.5	35.3	23.5	—	—	17.6	35.3	41.2	5.9	—	47.1	41.2	11.8	—
	不満や要求を出来るだけいう	100.0 (15)	13.3	13.3	40.0	33.3	—	46.7	20.0	6.7	20.0	6.7	13.3	40.0	33.3	13.3	—	26.7	26.7	20.0	26.7	—
	協力し住みよくするよう心がける	100.0 (69)	16.2	27.9	32.4	14.7	8.8	37.7	27.5	26.1	8.7	—	4.3	53.6	31.9	4.3	4.3	18.8	44.9	13.0	18.8	2.9

民主型には仕事観の差がない。つまり手仕事の価値に〈誇り〉を持つ人たちを担っているのは，新旧の価値観でかたよりが見られないということだ。

3)　自己実現としての技術

人間の本性はもともと仕事を尊重することを欲し，自己の仕事の前向き面を強調し，その成果を期待する。

そこで「あなたは自分の仕事のやりがいをどのように感じていますか」と聞いた。それによると「仕事をやっていて本当にたのしい。自分の生命が製品をつうじて実現される思いだ」は6.9%，「仕事はたのしいと思う。作ったものに自分の手がどう加わったかがはっきりしているから」は47.2%，「同じ技術を役立てるのなら，もうすこし高度な技術の製品づくりをしたい」は33.0%，「自分のやっている仕事にやりがいを感じない。ほかの仕事がしたい」は7.8%である。

〈誇り〉との関係でいえば，「生命が実現される思い」は「大いに持っている」で非常に高い。「自分の手の加わりがはっきりしている」も〈誇り〉が高い方にかなり高い。反対に「ほかの仕事がしたい」は「全然持っていない」に高い。いわゆる〈誇り〉を持っている人たちが仕事を通しての自己実現に満足している。

これを住民意識との関係でみると，「ほかの仕事がしたい」はアノミー型に高い。ここでも伝統型と民主型には差がなく，ここでの〈誇り〉も古い価値観と新しい価値観の人に同じように担われているといえる。

4)　人間の顔を持った技術

地場産業はその生産の主要工程が，機械の一部に組み込まれてしまうような無味乾燥な作業ではなく，人間を機械の奴隷にするかわりに，人間の創意を満たすに足る人間味を持った技術である。

そこで「産業のなかで考えたとき自分の仕事の技術をどのようにとらえますか」ときいてみた。それによると，「いまの時代，手労働はもっとも人間らしい仕事ではなかろうか」は18.5%，「たしかに手仕事は人間の技術が反映し，それだけで仕事は満足とはいえないが他の仕事よりはましだ」は48.6%，「手仕事といっても技術のレベルによるので，自分のレベルでは他の仕事の方がよほどよい」は12.5%，「技術のレベル抜きにして手仕事は一番原始的な仕事だ」は15.3%となる。

〈誇り〉との関係でみると，「もっとも人間らしい仕事」は「大いに持っている」で非常に高く，「他の仕事の方がよい」は「あまり持っていない」，「全然持っていない」に高くなる。このように〈誇り〉が高くなるほど手労働の人間的価値としての評価が高くなっている。

これを住民意識にみると，「他の仕事の方がよい」はアノミー型に，「一番原始的な仕事」は個我型に高くなる。伝統型と民主型ではやや伝統型に手仕事に対する評価の高さがみられるが，違いを指摘するほどの差ではない。

以上，〈誇り〉と生産技術に対する意識をみてきた。生産技術に対する意識では〈誇り〉の高い人ほどモノよりココロの価値観が高い。生産社会の価値観より生活社会の価値観に立っている。そして住民意識にあらわれたココロの価値観は伝統型と民主型で差がなく，〈誇り〉の人のココロの価値観は古い価値観に立つ人も新しい価値観に立つ人にも同じように担われていることがわかった。

表4－4　〈誇り〉と地域社会に対する意識

地域社会		全体	地域経済への貢献					地域住民の就労創出					地域社会構造の保持					地域文化に与えた影響				
			大きい地域経済への貢献は	経済活動を活気づけるほどでない	消費需要の面で貢献	ほとんど役に立っていない	その他	就労に誇りを感じている	就労に満足しているが	しかたなく就労している	新しい就労の妨げになっている	その他	おかげで大変発展してきた	活動を衰えさせないできた	まちの活気になっていない	まちの発展の邪魔になっている	その他	伝統文化を守る意識も強い	地域文化を守っていく影響あり	地域文化との間に関係ない	地域文化の衰退方向に働いた	その他
全体		100.0 (218)	32.2 (69)	46.3 (99)	12.6 (27)	6.5 (14)	1.4 (3)	8.8 (19)	49.1 (106)	27.8 (60)	10.2 (22)	3.2 (7)	15.3 (33)	53.0 (114)	17.2 (37)	11.2 (24)	2.3 (5)	18.7 (40)	63.1 (135)	11.7 (25)	4.7 (10)	0.9 (2)
関刃物工業の評価	大いに誇りを持っている	100.0 (30)	55.2	31.0	13.8	—	—	40.0	40.0	13.3	3.3	3.3	23.3	66.7	6.7	3.3	—	46.7	50.0	—	3.3	—
	誇りを持っている	100.0 (99)	38.5	49.0	9.4	—	2.1	6.2	68.0	18.6	6.2	1.0	15.6	61.5	10.4	8.3	4.2	17.9	69.5	7.4	3.2	1.1
	あまり誇りを持っていない	100.0 (71)	19.7	52.1	16.9	11.3	—	—	35.2	42.3	16.9	5.6	12.7	42.3	28.2	15.5	—	8.5	66.2	18.3	5.6	1.4
	全然誇りを持っていない	100.0 (11)	9.1	27.3	18.2	36.4	9.1	9.1	9.1	54.5	27.3	—	9.1	18.2	27.3	36.4	9.1	9.1	36.4	36.4	18.2	—
住民意識	人々との和を大切にしている	100.0 (114)	37.8	37.8	15.3	5.4	1.8	9.7	60.2	20.4	5.3	3.5	17.0	57.1	17.0	7.1	1.8	25.0	59.8	10.7	1.8	1.8
	この土地に関心や愛着はない	100.0 (17)	17.6	64.7	5.9	11.8	—	—	23.5	58.8	17.6	—	5.9	41.2	35.3	5.9	11.8	—	64.7	23.5	11.8	—
	不満や要求を出来るだけいう	100.0 (15)	26.7	53.3	13.3	6.7	—	7.1	21.4	42.9	28.6	—	20.0	26.7	20.0	33.3	—	6.7	46.7	26.7	20.0	—
	協力し住みよくするよう心がける	100.0 (69)	29.0	53.6	8.7	7.2	1.4	10.1	42.0	30.4	13.0	4.3	14.5	55.1	13.0	14.5	1.4	14.7	73.5	7.4	4.4	—

(6)　〈誇り〉と地域社会に対する意識

表4－4にこれを見ていくこととしよう。

1)　地域経済への貢献

地場産業が地域進出企業に比べて地域内への経済波及効果の大きいことはよく知られている。それは進出企業の場合は利益が本社に吸収されてしまうからである。

そこで「あなたのやっている仕事は地域経済に役立っていると思いますか」と聞いたところ，「これだけ大きな刃物産地となるといろいろな面で地域経済への貢献は大きい」は32.2%，「刃物づくりが関市の他産業の仕事創出に貢献していても，市の経済活動を活気づけるほどでない」は46.3%，「刃物づくりが地域経済に貢献するのは消費需要の面である」は12.6%，「刃物づくりは地域経済に消費面も含めてほとんど役に立っていない」は6.5%となる。

これを〈誇り〉との関係でみると，〈誇り〉が高いほど「地域経済への貢献は大きい」は高くなる。そして「ほとんど役に立っていない」は「あまり誇りを持っていない」，「全然誇りを持っていない」に高くなっている。

これを住民意識との関係でみると，「経済活動を活気づけるほどでない」，「ほとんど役に立っていない」がアノミー型に高い。伝統型と民主型とでいえば，「地域経済への貢献」は伝統型に，「経済活動を活気づけるほどでない」は民主型に高い。

2)　地域住民の就労創出

地場産業は地場資源を活用し，かつ労働集約的な生産方法に依拠することで，多数の人々に就労の機会を提供する。

そこで「地場産業としての刃物工業は地域住民の就労にどんな役割をはたしていると思いますか」と聞いてみた。それによると，「関市の住民は地場産業としての刃物工業に就労することに誇りを感じている」は8.8%，「刃物工業への就労に誇りを感じるとまではいかないが満足に思っている」は49.1%，「刃物工業への就労は他に就労の場がないのでしかたなく就労している」は27.8%，「刃物工業は関市の新しい就労の場創出のむしろさまたげになっている」は10.2%となる。

これを〈誇り〉との関係でみると，「就労に誇りを感じている」は「大いに誇りを持っている」に，「就労に満足している」は「誇りを持っている」に高い。「しかたなく就労」は「あまり持っていない」に，「新しい就労の妨げ」は「全然持っていない」に高い。〈誇り〉のレベルと就労についての見解のレベルが見事に一致している。

これを住民意識との関係でみると，「しかたなく就労」，「新しい就労の妨げ」はアノミー型と個我型に高い。伝統型と民主型でいえば，「就労に満足」は伝統型に，「しかたなく就労」，「新しい就労の妨げ」は民主型に高い。

3)　地域社会構造の保持

地場産業は当該地域の風土的個性を背景に，その地域における生活共同体としての一体感を持って，当該地域の経済的自立性に役立つという側面を持っている。

そこで「地場産業としての刃物工業の存在は関市という地域社会の維持にどんな機能をはたしていると思

表4－5　〈誇り〉と家族経営に対する意識

家族経営		全体	労働集約的生産の評価					家族労働の人間的評価					技術収得と家族の関係					産業社会の中の刃物工業				
			むしろ価値のある仕事	人のつながりが生まれる	影響あり遅れた産業としての	時代遅れの生産方法	その他	家族を最高場は中心とした職	技術伝達の面でよい	経営組織として適当でない	時代遅れの象徴	その他	営が向いている技術伝授には家族経	家族的経営は技術収得は長期間・	いということはない家族的経営だからよ	家族のような関係でない方がよい	その他	力がある刃物工業に仕事の魅	生産・収益性がまず	づけたくないあまりこの仕事をつ	できればすぐやめた	その他
全体		100.0 (218)	15.2 (33)	34.6 (75)	42.4 (92)	6.0 (13)	1.8 (4)	11.1 (24)	33.8 (73)	30.6 (66)	20.4 (44)	2.3 (5)	10.1 (22)	23.9 (52)	48.6 (106)	14.2 (31)	0.9 (2)	33.8 (73)	18.1 (39)	32.4 (70)	9.3 (20)	3.7 (8)
関刃物工業の評価	大いに誇りを持っている	100.0 (30)	40.0	36.7	20.0	3.3	—	20.0	43.3	16.7	16.7	3.3	36.7	30.0	16.7	13.3	—	65.5	24.1	3.4	3.4	—
	誇りを持っている	100.0 (99)	13.1	44.4	38.4	2.0	2.0	10.3	34.0	36.1	13.4	4.1	6.1	27.3	47.5	15.2	2.0	48.0	25.5	16.3	2.0	5.1
	あまり誇りを持っていない	100.0 (71)	8.6	22.9	57.1	10.0	1.4	9.9	31.0	28.2	31.0	—	5.6	19.7	62.0	12.7	—	7.0	9.9	64.8	14.1	4.2
	全然誇りを持っていない	100.0 (11)	9.1	18.2	54.4	18.2	—	—	27.3	36.4	27.3	—	—	9.1	72.7	18.2	—	9.1	—	45.5	45.5	—
住民意識	人々との和を大切にしている	100.0 (114)	20.4	36.3	37.2	4.4	1.8	13.3	38.1	24.8	19.5	4.4	14.0	28.9	41.2	12.3	0.9	34.5	24.8	24.8	8.8	4.4
	この土地に関心や愛着はない	100.0 (17)	11.8	17.6	58.8	11.8	—	11.8	29.4	35.3	23.5	—	—	11.8	76.5	11.8	—	11.8	—	58.8	29.4	—
	不満や要求を出来るだけいう	100.0 (15)	13.3	33.3	46.7	6.7	—	13.3	20.0	40.0	13.3	—	6.7	20.0	40.0	26.7	—	20.0	26.7	40.0	13.3	—
	協力し住みよくするよう心がける	100.0 (69)	7.2	36.2	47.8	7.2	1.4	7.4	32.4	36.8	22.1	—	7.2	20.3	56.5	14.5	1.4	42.0	8.7	37.7	4.3	4.3

いますか」と聞いてみた。それによると，「刃物工業のおかげで関市は衰退もなく大変発展してきた」は15.3%，「刃物工業の存在は関市の昔からのまちの活力を衰えさせないで今日に生きづかせている」は53.0%，「刃物工業の存在が関市のまちの活力になってきたとは思えない」は17.2%，「刃物工業という時代に合わない産業が関市のまちの発展の邪魔になっている」は11.2%である。

これを〈誇り〉との関係でみると，「おかげで大変発展してきた」，「活動を衰えさせないできた」はともに〈誇り〉が高いほど高い。反対に「まちの活力になっていない」，「まちの発展の邪魔になっている」はともに〈誇り〉が低くなるほど高くなる。

これを住民意識でみてみると，「まちの活力になっていない」はアノミー型に，「まちの発展の邪魔」は個我型で高い。伝統型と民主型との比較ではほとんど差はない。

4)　地域文化に与えた影響

地場産業は，その存続する地域の文化的遺産を継承しつつ，これを産業として存続させ活用してきたものが多い。

そこで「地場産業としての刃物工業は地域の文化にどんな影響を与えてきたと思いますか」と聞いてみた。それによると，「刃物工業そのものが伝統産業なので住民の地域の伝統文化を守る意識もまた強い」は18.7%，「刃物工業が伝統産業のせいか，やはり地域文化にもそれを守っていこうという影響がみられる」は63.1%，「刃物工業と地域文化とのあいだには何の関係もない」は11.7%，「刃物工業はむしろ地域文化を衰退させる方向に働いてきた」は4.7%である。全体では8割が地域文化への影響を認めている。

これを〈誇り〉との関係でみると，「伝統文化を守る意識も強い」は〈誇り〉が高くなるほど高い。反対に「地域文化との間に関係ない」，「地域文化の衰退方向に働いた」は〈誇り〉が低くなるほど高くなる。

そこで住民意識との関係でみてみた。アノミー型と個我型は刃物工業と地域文化の関係を否定的にとらえる意識で高い。伝統型と民主型はともに地域文化との関係を認める点で高いが，伝統型が「伝統文化を守る意識」で，民主型が「地域文化を守っていく影響」で高い。

以上，〈誇り〉と地域社会に対する意識をみてきた。地域経済への貢献，地域住民の就労創出，地域社会構造の保持，地域文化への影響のそれぞれで刃物工業の役割への評価は〈誇り〉を持っている人たちに高く，反対に評価の否定は〈誇り〉を持っていない人に高い。

住民意識では地域社会構造の保持は伝統型と民主型で差はないが，それ以外は伝統型が民主型より評価が高い。

(7)　〈誇り〉と家族経営に対する意識

表4－5にこれをみてみよう。

1)労働集約的生産方法への評価

地場産業は生産工程での機械の使用は不向きな場合が多く，手工技術に依拠した労働集約的工業である。

そこで「刃物工業は手仕事を中心とした労働集約的な仕事であるが，これについてあなたはどのように思いますか」と聞いてみた。それによると「労働集約的

な仕事はそれだけ人の手が多く加わっているので，むしろ価値のある仕事である」は15.2%，「労働集約的な仕事は生産性の面では問題かもしれぬが，仕事を通して人のつながりが生まれるところがよい」は34.6%，「人の手が多くかかるということは生産性が低いということであり，遅れた産業としての影響はまぬがれない」は42.4%，「刃物工業は労働集約的な生産方法として時代遅れであり，どの方面から考えても良い生産方法とはいえない」は6.0%である。

これを〈誇り〉との関係でみると，「むしろ価値ある仕事」，「人のつながりが生まれる」は「大いに」と「誇りを持っている」の〈誇り〉で高く，「遅れた産業」，「時代遅れの生産方法」は「あまり持っていない」，「全然持っていない」の〈誇り〉を持たない方に高くなる。

これを住民意識にみると，「遅れた産業」，「時代遅れの生産方法」がアノミー型に高い。伝統型と民主型でいえば，「むしろ価値ある仕事」は伝統型に，「遅れた産業」は民主型に高く，古い価値観の担い手に労働集約的生産方法の評価が高い。

2) 家族労働の人間的評価

地場産業がその生産方法で労働集約的な零細経営に依存していることを思えば家族経営はその中心になる。

そこで「刃物工業はその多くが家族経営で行なわれているが，家族経営についてあなたはどのように思いますか」と聞いてみた。それによると，「人間関係で家族以上の関係がないことを思えば家族員を中心とした職場は最高だ」は11.1%，「刃物工業が手の技術を用いることを思えば技術伝達の面で家族労働はよい」は33.8%，「家族経営は職場の雰囲気に甘えやわがままが入りやすく，もともと経営組織として適当でない」は30.6%，「家族経営は零細経営の代名詞といってよく，時代遅れの象徴だ」は20.4%になる。

これを〈誇り〉との関係でみると，「家族を中心とした職場は最高」，「技術伝達の面でよい」は〈誇り〉が高くなるほど高くなる。

これを住民意識でみると，伝統型と民主型では「家族を中心とした職場は最高」，「技術伝達の面でよい」に伝統型がやや高く，「経営組織として適当でない」は民主型に高い。伝統型の方が民主型よりやや家族経営に肯定的といえる。

3) 技術習得と家族の関係

一般に伝統的な技術・技法を保持する手工業者は，この技術・技法をこれまで父祖代々の職業として継承してきている。

そこで「家族経営と技術習得についてあなたはどのように考えますか」と聞いてみた。それによると，「手づくりの精致・巧妙な技術の伝授には家族関係の経営形態がもっとも向いている」は10.1%，「技術習得には長期間を要し，その面から家族的経営はよい」は23.9%，「刃物工業の技術は特別ではないので，家族経営だからよいということはない」は48.6%，「技術の習得には家族のような特別な関係でない方がよい」は14.2%となる。刃物工業の技術のレベルによるが，家族経営に否定的な方が多い。

そこでこれを〈誇り〉との関係でみてみた。「家族経営が向いている」，「家族的経営はよい」は〈誇り〉が高いほど高い。反対に「家族経営だからよいということはない」，「家族の関係でない方がよい」は〈誇り〉が低いほど高くなる。

そこで住民意識との関係でみた。技術と家族経営の関係に否定的なのはアノミー型，個我型で高いが，伝統型と民主型との関係でいえば，伝統型の方が技術習得と家族経営の関係により肯定的である。

4) 産業社会の中の刃物工業

家族経営とは結びつかないが，地場産業がわが国経済の中では末端的位置にあり，斜陽産業としての性格を持つので，産業社会の中での刃物工業従事者としての感覚を聞いてみた。

それは「あなたは今日的な産業社会の中で刃物工業に従事していることをどのように受けとめていますか」である。それによると「生産性という面では確かに低いし収益性も高くないが，それとは関係なく刃物工業に取り組む仕事の魅力がある」は33.8%，「刃物工業は生産性・収益性がまずまずなので仕事に取り組める」は18.1%，「刃物工業の生産性・収益性の低さからいってあまりこの仕事を続けたくない」は32.4%，「刃物工業の生産性・収益性は仕事の魅力さえ感じさせないので，できればすぐやめたい」は9.3%であった。

これを〈誇り〉との関係でみると，「仕事の魅力がある」，「生産・収益性がまずまず」は〈誇り〉が高いほど肯定が高くなる。反対に「つづけたくない」，「すぐやめたい」は〈誇り〉が低くなるにしたがって高くなる。しかも〈誇り〉の高低でその評価が大きく分れ，刃物工業の総括的質問で〈誇り〉の内容がはっきりと分れた。

そこで住民意識をみてみた。刃物工業従事の否定が一番高いのはアノミー型で，ついで個我型である。伝統型と民主型では「仕事の魅力がある」は伝統型よりむしろ民主型に高い。「生産・収益性がまずまず」は伝統型が民主型より高い。

これまでの〈誇り〉に関する質問の中で，最も強い肯定的価値評価に住民意識で民主型が伝統型を明確に上廻ったのはこの刃物工業の総括的質問のみである。

以上，〈誇り〉と家族経営に対する意識をみてきたが，労働集約的生産の評価，家族労働の人間的評価，技術取得と家族の関係，産業社会の中の刃物工業，いずれも〈誇り〉の高い人に肯定的評価が高く，〈誇り〉の低い人に否定的評価が高かった。

住民意識との関係では労働集約的生産の評価，家族

表4－6　〈誇り〉と消費感覚・消費行動

消費感覚・消費行動		全体	手づくり人間の消費感覚					所得・収入感覚と消費行動					地場産業人間の消費態度					地場産業人間のライフスタイル				
			消費感覚も本物志向	大量生産には値打を感じない	気に入ったものを買っている	本物志向の感覚ない	その他	ほしいものはたいてい買っている	なんでもわけではないが買っている	ほしいものを買える状態でない	なく買うふところ具合と関係	その他	地味で落着いている	地味である	華やかなほうである	華やかだ	その他	自分の生き方にほうだ	自分の好みを大切にしている	好みとかこることはない	雰囲気に影響されやすい	その他
全体		100.0 (218)	11.0 (24)	25.7 (56)	52.8 (115)	9.6 (21)	0.5 (1)	2.3 (5)	57.8 (126)	26.6 (58)	11.5 (25)	0.9 (2)	22.5 (49)	67.9 (148)	9.6 (21)	—	—	11.5 (25)	55.3 (120)	25.8 (56)	6.0 (13)	0.5 (1)
関刃物工業の評価	大いに誇りを持っている	100.0 (30)	33.3	23.3	43.3	—	—	—	66.7	10.0	16.7	6.7	36.7	60.0	3.3	—	—	30.0	56.7	10.0	3.3	—
	誇りを持っている	100.0 (99)	10.1	28.3	53.5	8.1	—	5.1	63.6	21.2	10.1	—	20.2	68.7	11.1	—	—	9.2	61.2	21.4	7.1	1.0
	あまり誇りを持っていない	100.0 (71)	2.8	25.4	59.2	11.3	1.4	—	52.1	33.8	14.1	—	22.5	64.8	12.7	—	—	7.0	50.7	36.6	5.6	—
	全然誇りを持っていない	100.0 (11)	9.1	18.2	27.3	45.5	—	—	36.4	63.6	—	—	—	100.0	—	—	—	9.1	45.5	36.4	9.1	—
住民意識	人々との和を大切にしている	100.0 (114)	13.2	28.9	47.4	9.6	0.9	1.8	57.0	28.1	11.4	0.9	28.1	64.9	7.0	—	—	12.3	54.4	27.2	4.4	0.9
	この土地に関心や愛着はない	100.0 (17)	5.9	11.8	58.8	23.5	—	5.9	58.8	23.5	11.8	—	23.5	58.8	17.6	—	—	5.9	58.8	29.4	5.9	—
	不満や要求を出来るだけいう	100.0 (15)	20.0	20.0	60.0	—	—	—	60.0	26.7	13.3	—	20.0	73.3	6.7	—	—	13.3	53.3	26.7	6.7	—
	協力し住みよくするよう心がける	100.0 (69)	4.3	26.1	59.4	8.7	—	2.9	59.4	24.6	10.1	1.4	14.5	72.5	13.0	—	—	11.6	56.5	23.2	8.7	—

労働の人間的評価，技術収得と家族の関係の，いわゆる家族経営に対する意識の肯定評価に伝統型が民主型より高い。つまり家族経営の肯定的評価は古い価値観を担う人により高いといえる。しかし産業社会の中の刃物工業の肯定的評価は新しい価値観を担う人たちにより担われているともいえる。

(8)　〈誇り〉と消費感覚・消費行動

ふつうの生産者は高度に機械化，情報化された生産環境の中で，大量生産―大量消費の生活に慣らされている。ここでは手工技術―小生産者という生産環境にある刃物工業従事者の消費態度を表4－6にみてみよう。

1)　手づくり人間の消費感覚

「仕事がら聞きますがあなたの消費感覚はつぎのいずれですか」と聞いてみた。

それによると「手作りの作品は本物志向である。自然と消費感覚も本物志向になる」は11.0%，「本物志向にこだわるわけではないが，大量生産の商品にはあまり値打ちを感じない」は25.7%，「本物志向とか大量生産とかは気にしていない。気に入ったものを買っている」は52.8%，「そもそも本物志向の感覚はない。大量生産の商品の中で暮らしている」は9.6%であった。6割以上の人が大量生産―大量消費の生活感覚を持っている。

そこで〈誇り〉との関係でこれをみた。「消費感覚も本物志向」は「大いに誇りを持っている」で大へん高い。「気に入ったものを買っている」は「あまり誇りを持っていない」で高く，「本物感覚の志向はない」は「全然誇りを持っていない」に大へん高い。

これを住民意識との関係でみると，「本物志向」は個我型にやや高く，「本物志向の感覚はない」はアノミー型に高い。伝統型と民主型では，伝統型に「本物志向」が高く，民主型は「気に入ったものを買っている」に高くなる。

2)　所得・収入感覚と消費行動

「あなたの日頃の消費行動はつぎのいずれですか」と聞いてみた。

それによると，「ふところ具合はいいのでほしいものはたいてい買っている」は2.3%，「ふところ具合の都合でほしいものを何でも買っているわけではない」は57.8%，「ふところ具合の都合でほしいものが買える状態ではない」は26.6%，「ふところ具合と関係なくほしいものはかっている」は11.5%である。

これを〈誇り〉との関係でみると，「なんでも買っているわけではない」は〈誇り〉が高いほど高く，「ほしいものを買える状態ではない」は〈誇り〉が低くなるほど高くなる。〈誇り〉の高い人ほど余裕はなくともふところ具合に恵まれている状況がうかがえる。

そこでこれを住民意識との関係でみてみた。ここでは住民のタイプの違いによる消費行動の差はみられない。住民のタイプとふところ具合は関係がないことを示している。

3)　地場産業人間の消費態度

「あなたの消費態度はつぎのいずれですか」と聞いてみた。

それによると「わたしの消費態度はいたって地味で落ち着いている」は22.5%，「わたしの消費態度はどち

らかというと地味である」は67.9%，「わたしの消費態度はどちらかというと華かなほうである」は9.6%，「わたしの消費態度はいたって華やかだ」は0%となる。40才未満が少ないとはいえ，「華かなほう」は1割にすぎない。

これを〈誇り〉との関係でみると，「地味で落着いている」は「大いに誇りを持っている」に高い。「全然誇りを持っていない」が全員「地味である」になっているが，「落着き」，「華やか」に該当しないからだろう。

住民意識との関係でみると，「華やかなほうである」にアノミー型がやや高い。伝統型と民主型でいえば，伝統型に「地味で落着いている」が高く，民主型に「地味である」が高くなる。

4) 地場産業人間のライフスタイル

「あなたのライフスタイルはつぎのいずれに近いですか」と聞いてみた。

それによると，「日頃の仕事との関係か自分の生き方にこるほうだ」は11.5%，「どちらかというと自分の好みを大切にしている」は55.3%，「自分の好みとかこるといったことはない」は25.8%，「たいへん外の雰囲気に影響されやすいほうだ」は6.0%になる。

これを〈誇り〉との関係でみると，「自分の生き方にこるほうだ」は「大いに誇りを持っている」で非常に高い。「好みを大切にしている」も〈誇り〉を持っている方で高い。反対に「好みとかこることはない」は〈誇り〉を持っていない方に高くなる。

これを住民意識との関係でみると，ここでは住民のタイプの違いによってライフスタイルに相違があるという特徴はみられなかった。

以上，〈誇り〉と消費感覚・消費行動をみてきた。地場産業人間は必ずしも本物志向ではない。ふところ具合にあまり恵まれていない。消費態度も華やかでない。しかしライフスタイルは大切にしているようだ。なかでも〈誇り〉人間で「大いに誇りを持っている」は「本物志向」，「地味で落着いている」，「自分の生き方にこる」に高い。住民意識では伝統型に「本物志向」や「地味で落着いている」が民主型より高くなっている。ふところ具合とライフスタイルには住民意識で差がみられない。

(9) 〈誇り〉人間の属性分析

紙幅の関係で〈誇り〉人間の属性分析を簡単に要約するとつぎのようになる。

人口学的要因としての性・年齢・学歴にはとりあげるほどの特徴はみられない。しかし経済的要因では，従業上の地位の法人経営と個人経営の間に，従業員数で「3人以下」と10人以上の間に，仕事年数で「21～30年」と「31年以上」の間に，年収で500万円以下と500万円以上の間に〈誇り〉のレベルによる相違がみられた。そして住民意識と属性の関係では指摘出来るような特徴はみられなかった。

〈誇り〉人間は従業上の地位では「法人経営主」に，従業員数では大規模人数に，仕事年数では長年数者に，年収では高年収に〈誇り〉の高さがみてとれた。

5．結　　び

国民の生活意識がモノの価値観からココロの価値観に移ったといわれて久しい。つまり「物の豊かさを重視する」から「心の豊かさを重視する」に変っているのである。このことについて私は消費面での分析[7]は行ったことがあるが，生産面での分析は試みていなかった。本稿はその生産面での分析を試みたものである。

ここではG・ホーフステッドのいう男性化指標の低い産業として地場産業をとりあげてみた。そして男性化指標の高い産業国家，生産社会の中に，人間中心主義の生活社会，ココロの社会の萌芽を生産の場にさぐってみようとした。

われわれは〈誇り〉をキーワードに工業の人間的側面の分析を行ってきた。われわれが関市の刃物工業を事例に分析してきた結果を簡単に要約しよう。

われわれは〈誇り〉をキーワードに，分業体制，生産技術，地域社会，家族経営に対する労働意識，および地場産業人間の消費態度を，ココロの価値観，モノの価値観の二つの視点からみてきた。

それによると，社会的分業体制では〈誇り〉人間をめぐる明確な評価はみられなかったが，その他の分野の「大いに誇りを持っている」，「誇りを持っている」の〈誇り〉人間には，ココロの価値観の高さがみられた。そしてその価値観を担っているのは，生産技術は伝統型と民主型で，地域社会と家族経営はやや伝統型で，そして産業社会の中の刃物工業という総括的質問ではやや民主型であった。また消費態度では「本物志向」，「地味で落着き」に伝統型がやや高かった。

そこで表5－1に〈誇り〉人間と住民意識の関係をみてみよう。

表5－1 〈誇り〉人間と住民意識

住民意識 / 関刃物工業の評価	全体	人々との和を大切にしている	この土地に関心や愛着はない	不満や要求を出来るだけいう	協力し住みよくする心がける	その他
全体	100.0 (218)	52.8 (114)	7.9 (17)	6.9 (15)	31.9 (69)	—
大いに誇りを持っている	100.0 (30)	76.7	—	3.3	20.0	—
誇りを持っている	100.0 (99)	54.3	3.1	7.2	35.1	—
あまり誇りを持っていない	100.0 (71)	42.3	14.1	7.0	36.2	—
全然誇りを持っていない	100.0 (11)	27.3	36.4	18.2	18.2	—

これによると，「人々との和を大切にしている」の伝統型は〈誇り〉が高いほど高くなっている。つまり〈誇り〉人間は伝統型，古い価値観の持ち主に典型的に現れている。

とすれば，われわれがここで見てきた生産技術，地域社会，家族経営，消費態度の〈誇り〉人間の価値観に古い価値観を担う人が多くなって当然といえる。たしかに地域社会，家族経営，消費態度にその傾向がみられた。

一般に精神的な価値観は古いタイプの人間に現われやすい。しかし生産技術と刃物工業の総括的質問でココロの価値観を担ったのは伝統型だけでなく，民主型にも同じように担われた。つまりここに手仕事に対する新しい価値観の萌芽を認めることが出来るのではなかろうか。

日本の産業を効率面からのみ評価すれば，高度機械化産業に及ぶものはない。それはすでに社会認識のところでみた関市の一般市民，高校生の態度によく現れている。しかし人間的側面から評価すれば地場産業は労働の人間的価値をはらむものとして，産業社会を変革する新しい価値を生み出す可能性を秘めているのではなかろうか。関市の刃物工業がけっして若年層に担われているわけでもないのにこのような現象が見られることは注目に値する。

註

1）G・ホーフステッド（萬成博・安藤文四郎訳），『経営文化の国際比較』，産業能率大学出版部，1984年

2）ホーフステッドの研究はただし1971—73年である。最近行なった労働省の「海外労働事情調査」では勤労価値観の国際比較で日本は「仕事中心主義」がほかの国に比べてかなり低くなっている。（日本経済新聞　平成８年８月15日刊に掲載）

3）昭和49年５月に制定された「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」による。

4）電通リサーチ名古屋支社『産地イメージアップ対策事業推進のための調査』，平成３年３月

5）磯村英一・鵜飼信成・川野重任編『都市形成の論理と住民』，東京大学出版会，1971年，142ページ

6）ここで自治型を民主型として扱うのは，それが住民主体者意識によることと，都市化との対応で伝統型が後退的なのに対し，自治型が先行的であることによる。

7）佐古井貞行「離島住民の生活意識—〈心豊かさ〉の構造分析—」，愛知教育大学研究報告，第45輯，1996年３月，153～162ページ

参　考　文　献

1）石倉三雄『地場産業と地域経済』，ミネルヴァ書房，1989年

2）岐阜県関市『関市の工業』各年版

3）中小企業総合研究機構『全国中小企業集積の現状と課題—平成５年版』，平成５年12月

（平成８年９月10日受理）