【論文】

才能教育（スズキ・メソード）とヤマハ音楽教室、そして楽器産業の発展

西野　勝明
静岡県立大学経営情報学部 教授

要　旨

ヤマハ音楽教室は楽器産業の需要創造をもたらした画期的なソフトなイノベーションであるが、その教育のコンセプト、教育手法は、バイオリニストの鈴木鎮一が開発した才能教育の手法（スズキ・メソード）を概ね受け継いだものであった。ヤマハは、音楽教室を、事業採算性をもったビジネスモデルとして完成させ、わが国のみならず、世界にその普及を図った。音楽教室は教育産業であり、その需要の創造は、補完材である楽器の需要を創造して楽器産業の成長をもたらした。一方、才能教育は世界で最初の幼児からの音楽教育手法としてわが国から米国など海外などにも広く普及した。

キーワード：　才能教育、スズキ・メソード、ヤマハ音楽教室、楽器産業、補完材、需要開拓

はじめに

ヤマハ音楽教室は、平成26 年に公益社団法人発明協会の戦後日本のイノベーション100選の第1回発表38のうちの一つに選ばれた。楽器産業のみならず音楽教育、文化の振興にも大きく貢献した画期的なイノベーションとして評価されたものと言えよう。それは全く新しい製品を開発するといったハードなイノベーションではなく、ソフトなイノベーションと言える。ヤマハ音楽教室は1954年に当時の日本楽器東京支店の実験教室から始まったが、そのコンセプト、教育手法は同社の全くのオリジナルなものであったかどうかは、実は検証されていない。当時、音楽を教える教室は、いくつかあったが、ごく限られた場所とスケールで行われていたものが殆どであった。しかし、鈴木鎮一が1946年に始めた才能教育は、幼児を対象としたバイオリンを使った本格的な音楽教育手法であった。ヤマハ音楽教室のコンセプト、教育手法の基本的な柱は、才能教育から受け継いだものではないかとの仮説を立てて検証する。また、才能教育とヤマハ音楽教室のその後の発展と、楽器産業の発展へのつながりを見て、その差異がどのような要因によって生じたかを見ていく。

1．才能教育

1.1 才能教育の内容

才能教育[1]とは、バイオリニストの鈴木鎮一が、1946年から始めた幼児からの音楽教育で、その教育手法が世界的に知られているスズキ・メソードである。鈴木鎮一は、明治中期に創業され現在でも日本最大手のバイオリンメーカーである鈴木バイオリン製造株式会社の創業者である鈴木政吉[2]の三男である。ドイツ留学後、バイオリニスト、教育者として活躍したが、鎮一が松本市に1946年に設立した才能教育研究会[3]を拠点に才能教育を全国及び世界に普及を図った。

才能教育は、鎮一が1931年自らも創設者の一人

1　才能教育という表現が使われ始めたのは、1948年頃であった（秋山ほか, 2003, p11）。
2　政吉は、尾張藩の下級武士の家に生まれたが、父親が副業として行っていた三味線製造を引き継ぎ、その後、バイオリン製造に乗り出し、鈴木バイオリン製造株式会社を設立し、日本最大のバイオリン製造会社に成長させた。
3　1946年に「全国幼児教育同志会」という名称で発足し、1948年に「才能教育研究会」に名称変更した。1950年に社団法人才能教育研究会となり、2012年より公益社団法人となった。

であった帝国音楽学校で青年を教えていた当時、ある親から4歳の子ども[4]にバイオリンを教えてくれと頼まれて、その教育法を生みだすことに苦悩している時に、「日本じゅうの子どもがみんな日本語をしゃべっている」[5]ことに気づき、幼児が言葉を覚えていくように音楽を教えていくことを発想したことから始まる。鎮一は、「才能は生まれつきではない」「生まれた時はどの子も白紙であり、才能は育てるものなのである」[6]という鎮一の信念から生まれた幼児からの音楽教育方法である。才能教育という名称から、天賦の才に恵まれた子供を見出し教育する、エリート教育法と誤解される場合が多いが、全く正反対のものである。音楽家、研究者にあってもそうした誤解が見られる。鎮一は、能力が育成される条件として次の5つを挙げている（五訓と呼ばれている）[7]。

一　より早き時期
二　より良き環境
三　より多き訓練
四　より優れたる指導者
五　より正しき指導法

鎮一は、どのような子供も幼児期から毎日繰り返し母親などが話す言葉を聞きながら自然と言葉を覚えていくことにヒントを得て、言葉を覚えると同じように毎日、音楽を聴きながら楽器の演奏を繰り返し練習することで、音感や楽器演奏法を習得させていくことを考えた。スズキ・メソードでは、まず生まれた乳児に美しい音楽を聞かせる。大体2～3歳ぐらいの子どもになったら、他の子どもが音楽を演奏するところを見させて、聴かせる。繰り返し聴くことから始め、そこから子供に演奏をしたいという意欲を引き出す。この時期の子どもは仲間に触発されやすいため、遅くとも4歳ぐらいで楽器を演奏したい意欲が湧いてくる。そして親子で学ぶことを基本としていて、最初に母親に自分の子供への指導内容である礼儀、基本となる姿勢、楽器の持ち方などを教える。また、レッスン中は子供の準備などの手助け行い、家では先生となって子供を指導することが推奨される[8]。これは鎮一の、どの子も親次第で育つという信念に基づいているもので家庭においても音楽を学び人間的に成長する良い環境をつくるためである。月に1回は上級生を入れた合奏レッスンが行われる。合奏により一緒に演奏する喜びを得ると共に自信をつけることができる。

鎮一は才能教育を単なる音楽教育だけに限っておらず、躾として人間としての礼儀を教えた。また、俳人の一茶の俳句などを暗唱させて声を出して唱える教育も行っており、日本伝統の暗唱、反復の教育法も取り入れている。

本間（2003）によれば、より細かい指導原理である、才能教育十訓と呼ばれるものは以下のとおりである。

一　人は環境の子なり
二　より早い時期に、よりよき訓練
三　両親特に母親の協力が不可欠
四　良き指導者
五　意欲作りが大切
六　音に命あり、姿なく生きる
七　合奏レッスン
八　一指、二弓、三発車。次の行動に対する準備が大切
九　曲は全て暗記する
十　集中力、反射神経、記憶力の養成

才能教育教室は前期初等科から研究科までバイオリン、ピアノなどの楽器ごとに1～9又は10段階を設け、卒業制度を設けている。生徒は、課程ごとに選定された課題曲を演奏した録音テープにより卒業検定を受けて、合格すると卒業になる。なお、この録音テープを使う方法が、当時は大きく高価な録音機しかなかったため子供や保護者に

4　後に我が国を代表するバイオリニストになった江藤俊哉である。
5　鈴木（1966）pp11-12
6　豊田（2003）p30
7　鈴木（1969a）p33
8　豊田（2003）pp32-33

とってかなりの負担になっていた。鎮一はソニーの創業者である井深大と懇意であって、そのことを伝えたが、それがソニーの軽量の録音機やウォークマンの開発に繋がったと鈴木鎮一記念館長の結城賢二郎は述べている[9]。

鎮一は７年の歳月をかけて1954年に10巻の独自の教則本を完成させ、主教材はスズキ・メソード指導曲集（全音楽譜出版社から出版）を使う。また、音楽を聴くためのレコード（現在はＣＤ）が提供される。副教材は講師に委ねられている。また、楽器購入は家での学習のために個人ごとに必要であるが、才能教育研究会では楽器の斡旋・販売は行っておらず、受講者が講師に購入時期を含めてアドバイスを求めながら購入することとなる。後に述べるように、このことがヤマハの音楽教室との違いで、楽器メーカーである鈴木バイオリン製造とヤマハとの発展の違いの一要因となった。

受講費用は、現在、ズズキ・メソード入会金が5,000円（１家庭ごと）、月ごとの会費が1,600円であるが、講師への月謝と教室費は地域によって異なる。首都圏での月謝は7,000円ぐらいからとなっている[10]。

1.2 才能教育の発展経緯と現状

才能教育の発案者の鎮一は、名古屋市立商業学校を卒業し、一時はバイオリン製造工場で働くなど、ビジネスマンの道を歩むかと思われた。しかし、徳川義親侯爵の勧めもあって音楽を学ぶためドイツに留学し、バイオリン奏者として名声を博した。その後、音楽教育者として1930年代から江藤俊哉や豊田耕児といった後に大家となるバイオリニストを育てながら、1946年に才能教育研究会設立後に、子供たちと全国を講演と演奏会を行いながら、組織的に才能教育の普及を図った。こうして全国各地にバイオリン教室が開設されていった。研究会に入らない個人教室も多く生まれた。

1946年に松本市の文化人の要請に応える形で鎮一は松本音楽院[11]を設立し、才能教育を実践していったが、それが才能教育の講師を育成する教育機関となっていった。松本音楽院は、1974年に各種学校才能教育音楽学校となり、1997年専修学校国際スズキ・メソード音楽院に、2003年に専門学校になったが、2015年から新たな体制で国際スズキ・メソード音楽院がスタートしている（2015年３月に前専門学校は閉校）。同学院の卒業生からは、200人を超える国内の講師が育成され、200人余の海外からの留学生が卒業している。

才能教育は、音楽教室の草分けとして全国的普及を実現したが、昭和30年代（1955年以降）に入るとバイオリン教室の普及に陰りが見え始めた。それは、ヤマハ音楽教室やカワイ音楽教室の全国展開が本格化してきたこと、文部省の音楽科学指導要領の改訂でハーモニカ、オルガン、リズム楽器が教育楽器としての普及が図られたこと、バイオリン販売を担ってきた楽器商のバイオリン離れが生じてきたからであった。楽器商のバイオリン離れは、音楽教室の講師に楽器の紹介斡旋として楽器商が謝礼を払っていたが、多額のマージンを求める講師がでてきたことや、バイオリンの販売には調弦や弓の張り替えなど専門的な作業が伴う上に、分数バイオリン[12]の単価が安く、コストの割に利益が少ないビジネスになっていたことが挙げられる[13]。

才能教育研究会によると、現在、国内で約２万人の子どもたちが、約1,000人の講師のもとでレッスンを受けている。松本に本部があり、全国に23

9 2014年５月30日筆者によるインタビュー（鈴木鎮一記念館）
10 才能教育研究会 HP（http://www.suzukimethod.or.jp/ 検索日2015年９月29日）発足当初のシステムについては、残念ながら当時の資料が残っていないとのことであった。
11 音楽院は私塾であるが、松本市内の文化人グループ（楽器の販売店主、元新聞記者、居酒屋店主、眼鏡店主、映画館経営者）が、松本に疎開してきていた音楽教師で鎮一の帝国音楽学校時代の同僚教員であった森民樹に音楽学校を市内に造りたいと相談し、森が鎮一に手伝いを依頼したことから、鎮一が松本に来ることになり、設立された（鈴木, 1985年, pp127-128）。
12 分数バイオリンは、幼児が成長段階に合ったサイズのバイオリンとして鈴木バイオリン製造株式会社が開発したものである。フルサイズ（4/4）に対して3/4, 1/2, 1/4, 1/8, 1/10, 1/16 などがある。
13 檜山（1990）pp170-172

の支部がある。

1.3 才能教育の海外展開

才能教育は、鎮一が才能教育教室でスズキ・メソードを勉強している５歳から13歳の10人の子どもたちを引き連れて、1964年に米国に演奏旅行したことから海外に普及し始めた（その後、こうした演奏旅行はテンチルドレンツアーと呼ばれた）。この演奏旅行は、アメリカ弦楽教育者協会の招きによるもので、３週間に16都市、26回の講演と演奏を行った。幼児が分数バイオリンでバッハやヴィヴァルディを見事に弾きこなす演奏会はテレビでも放映されたが、楽器演奏はある程度大人になってからという常識を破り、米国の音楽界に一大センセーションを巻き起こした。1966年、67年と米国での招待演奏会が開催された。1978年にスズキ・メソードの夏期学校が全米30か所で開催されるほどになり、音楽大学の関心も高まった。研究会によると、現在では全米で約30万人もの児童がスズキ・メソードにより楽器演奏を学んでいるという。

1979年には第４回才能教育世界大会がドイツのミュンヘンで開催され、ヨーロッパにも普及する契機となった。

2015年時点で、世界46ヵ国で約40万人がスズキ・メソードにより楽器を習っているという[14]。

スズキ・メソードの国際的機関としては、国際スズキ協会（International Suzuki Association）が1983年に米国テキサス州ダラスでＮＰＯとして設立された。同協会は４つの支部であるアメリカスズキ協会、ヨーロッパスズキ協会、パンパシフィックスズキ協会、才能教育研究会を統括する組織で、各支部のコーディネーションと"Suzuki"、"Suzuki Method"の名前と権利の保護を目的として活動している。事務局はシカゴ音楽協会内にある。

2．才能教育と鈴木バイオリン製造

鎮一が、鈴木バイオリン製造株式会社の創業者である鈴木政吉の三男であることは既に述べたが、日本でのバイオリン製造は鈴木政吉が最初ではない。1880年に東京深川の松永定次郎が最初に製造したと言われている[15]。政吉は、個人事業として1887年にバイオリンの試作品を作り、翌年から生産を開始し、1930年に株式会社化した。西洋音楽の知識のない中で西洋楽器の製造を始めたため、音楽取調掛（後の東京音楽学校、現在の東京芸術大学）の伊澤修二の指導・支援を得ながら明治政府が進める音楽教育の西洋化という流れに乗って製造を本格化していった。鈴木バイオリンはヤマハの創業者である山葉寅楠の経営方針に触発されて大量生産・大量販売による薄利多売方式を導入した。日清戦争、日露戦争と戦争の勝利の度に需要が伸び、生産は拡大し、第１次世界大戦の1914年には工場を拡大し、1919年には工場の従業員数は1000人に増えた。当時の生産体制としては、国内はもとより世界でも最大規模であったと見られている[16]。同社は、昭和不況から1929年の世界大恐慌の経済変動の中で、バイオリン需要の急激な収縮により1932年に不渡りを出して倒産に追い込まれた。しかし、翌年には再建され、その後の景気回復で経営も軌道に乗った。戦後は、バイオリンの需要が、出生数の増大（ベビーブーマーの出現）と経済の高度成長による所得増加により順調に拡大したが、1963年がピークで、その後は急速に減少傾向を辿った（表１参照）。鈴木バイオリン製造は、分数バイオリンの生産はあったものの、才能教育とバイオリンの販売との直接の関係はつけなかったため、生産は、生産個数が年間２万本前後で推移していた（図１参照）。

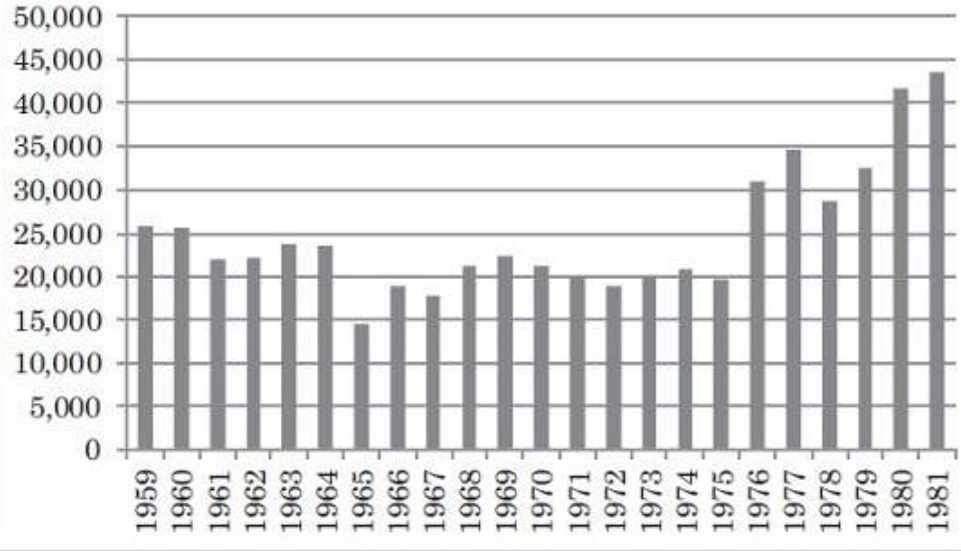
14 実際に世界でどのくらいの人がスズキ・メソードにより学んでいるかは、研究会でも正確な数字は分からないという。それは、スズキ・メソードを学んだ教員が音楽学校で教えている生徒の数が分からないからであるという。
15 松山（1995）p31
16 井上（2014）p105

表１　戦後のバイオリン生産の推移　（数量：個、金額：千円）

年	生産		出荷（1958 年からは販売）						月末
	数量	金額	国内	金額	輸出	金額	合計	金額	在庫
1949	20,565	20,605	—	—	—	—	—	—	—
1950	9,588	10,012	10,109	—	680	—	10,789	—	—
1951	13,548	16,015	11,163	—	2,391	—	13,554	—	102
1952	17,439	21,997	16,156	—	1,089	—	17,245	—	760
1953	—	—	—	—	—	—	—	—	—
1954	—	—	—	—	—	—	—	—	—
1955	36,541	47,350	27,831	41,020	6,538	7,583	34,369	48,603	2,664
1956	35,764	52,982	31,890	47,337	3,837	4,575	35,727	51,912	2,632
1957	33,780	48,394	28,872	46,925	4,223	4,772	33,095	51,697	3,405
1958	30,513	46,051	29,674	49,273	1,731	2,558	31,405	51,831	2,487
1959	36,257	52,637	34,800	54,937	2,305	2,900	37,105	57,837	1,639
1960	42,109	60,177	37,391	58,989	2,869	3,685	40,260	62,674	3,584
1961	42,706	61,258	39,356	65,117	3,854	5,556	43,210	70,673	3,104
1962	68,785	89,465	62,076	90,834	3,843	5,449	65,919	96,283	5,497
1963	85,175	108,905	81,782	116,147	4,943	8,371	86,725	124,518	3,870
1964	29,175	50,666	24,382	61,634	4,343	8,723	28,725	70,357	4,073
1965	21,098	46,387	19,456	55,706	3,093	4,968	22,549	60,674	2,531

（資料）全国楽器協会提供資料より筆者作成

図1　鈴木バイオリン製造の生産数（個）



（資料）大野木（1982）より筆者作成

3．ヤマハ音楽教室

3.1 ヤマハ音楽教室の経緯と発展

ヤマハ音楽教室は、1954年に東京銀座の日本楽器東京支店において「幼児のための教室」という名称で実験的にスタートした。これを企画実行したのは、同支店の課長であった金原善徳であった[18]。金原は静岡県浜松の素封家で社会事業家であった金原明善の孫にあたる人物で、慶応大在学中に召集され、特攻隊に志願させられ訓練に励んでいる時に終戦を迎え、1947年に日本楽器に入社している[19]。金原は、客からピアノを買っても子供が習う先生がいないとの指摘を受けていた。そのため楽器購入者へのアフターサービスの面と共に、楽器の購入者を増やす、つまり需要を創造するには、子供の時に演奏法を教える何らかの対策が必要と考えていた。当時、桐朋学園で斉藤秀雄らが1946年から始めた、ピアノを中心に聴音や楽譜を読む基礎訓練であるソルフェージュ教育を並行して指導する「子供のための音楽教室」や、田中澄子の、色という視覚に訴えて音に結びつける「いろおんぷ教室」があったが、ごく限られた範囲で行われているに過ぎなかった。子供のための本格的な音楽教室は、1946年から鈴木鎮一が開始して全国的に普及しつつあった才能教育のバイオリン教室だけであった。

金原は、1954年に3人のピアニスト（井口基成、田中澄子、安川加壽子）の協力を得て、実験的な教室を始めた。それが「幼児のための教室」である。最初は色音符を使ってやったが、「音と色とを直接組み合わせる考え方は、特別の先入観が入って、先によくないことがわかった」ため取りやめ、「ヤマハのオリジナルな教育システムを作り、それに必要な楽譜、教則本も作り上げた」[21]。金原は実験教室を始めるに当たって松本市の才能教育研究会を訪問調査した。金原は、そこで才能教育の内容の素晴らしさを知ったが、バイオリンを使用していることが気になった。それは、バイオリンは作音楽器であり子供が家に帰って練習する際には音程が狂ってくるなど、幼児には操作法が鍵盤楽器と比べて難しいと感じたからである。金原は、ハーモニーも出せる鍵盤楽器の方が優れているし、医者に訊いたところ、ピアノよりオルガンの方が、子供の指にかかる負担が軽いことから、オルガンが幼児教育には適していると判断して、オルガンを使った教育を始めることとしたと述べている。幼児のための教室は1956年に「ヤマハオルガン教室」に改称し、1959年に「ヤマハ音楽教室」となった。

当時の日本楽器の社長であった川上源一[22]は、金原の実験教室をみて、1年間で受講者を5万人にしろと指示した。これは、源一は、楽器の顧客拡大には音楽人口の拡大が必要と考えていたからである。源一は1953年に90日間にわたる欧米・アジア視察を行っていて、米国の工業生産のスケールの大きさと、豊かな市民生活、そして欧州の楽器メーカーの低迷ぶりをつぶさに見てきた。と同時に、欧米では日本と異なり、市民が日常生活の中で楽器を演奏し、音楽を楽しんでいることを知った。源一は「日本における楽器の需要を安定させるためには、どうしても日本人の多くが音楽そのものを楽器を使って楽しめるよう、基本から準備しておかなければ、いつの日か欧州の楽器メーカーの轍を踏む」[23] と感じていたため、幼児を対象とした音楽教室がその対策として最適と判断したからであった。

---

18 本稿において金原の発言は、2012年8月28日と9月5日に筆者によるインタビューによる。
19 金原は、戦時中に一度は死を覚悟したことから、ワンマン社長で鳴る川上源一に対しても臆することなく直言することができたと述べている。
21 川上（1979）pp153-154
22 源一は、前社長の川上嘉一の長男であるが、脳出血で倒れた嘉一に代わって1950年に弱冠38歳で社長に就任した。川上嘉一は、1926年の日本楽器の大労働争議後の経営危機に浜松商工会議所会頭の宮本甚七の招聘により1928年に住友伸銅所（現在の住友電線）から社長に就任したが、嘉一と源一は性格もそうであるが、社長として果たした役割も、大変コントラストである。両者の比較については、西野（2013）p50参照
23 川上（1979）p103

3.2 ヤマハ音楽教室の内容とシステム

ヤマハ音楽教室の教育内容の特徴は、ヤマハ音楽振興会によると次の三つである[24]。

一　総合音楽教育

「きく」「うたう」「ひく」「よむ」「つくる」といった要素を総合的に学ぶこと

二　適期教育

それぞれの子どもの身体的・精神的な発達に応じて、その時期に最もふさわしい教育を受けることがたいせつである。

三　グループレッスン

仲間との関わりの中で音楽を学ぶことでより大きな喜びを分かち合うことができる。アンサンブルによって音楽の総合的な理解が深まり、豊かな音楽体験が可能になる。

実は、ヤマハ音楽教室のコアはスタートしたときの幼児科であるが、その教育手法の特徴は、金原からのヒアリングからは以下の点が追加できる。

（1）4歳という幼児段階からの教育であること

発足当初は幼児段階での本格的な音楽教育は、才能教育だけが既に始められていたが、ヤマハの音楽教室も同じく、この年代層を主なターゲットとしていた。

（2）「やさしく、楽しく、正しく」行う

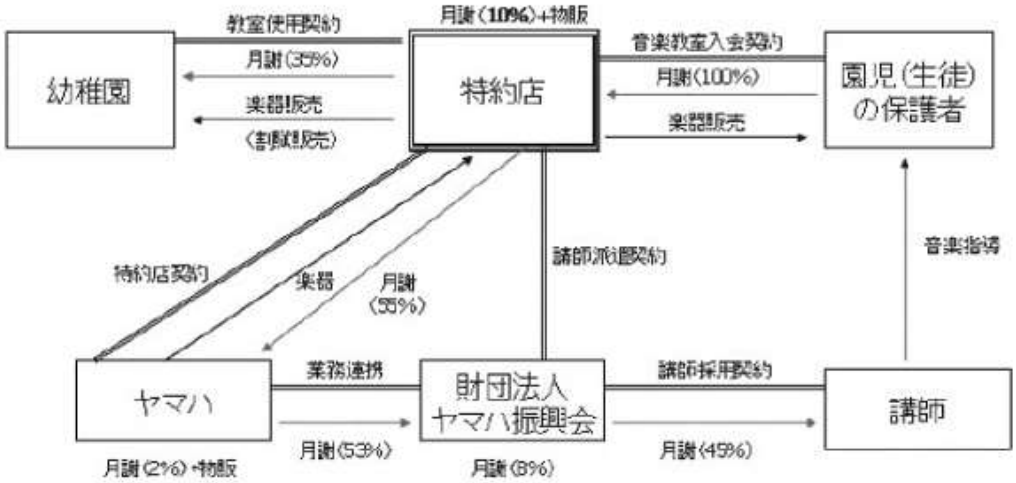
金原は、当時の音大の先生方のレッスンは大変厳しく、お弟子さん達が緊張し恐れながら受けていて、子供たちに同じようなレッスンをしたら嫌になって続かないと思い、そこで子供たちがやさしく、楽しみながら学べるように配慮したと述べている。

（3）父兄同伴であること

幼稚園で行う音楽教室では、父兄同伴とした。これは、家庭でも練習環境を整えるためということであるが、金原は、お母さんをヤマハに系列化できることを狙ったと述べている。父兄の1割はヤマハの購買層になり、8割はどちらでもよく、あと1割は他社にいくと述べている。

ヤマハ音楽教室のシステムについては、田中（2012）によると図2のとおりである。ただ、創設当初には、ヤマハ音楽振興会は入っておらず、川上源一の指示で1966年に振興会が設立されて以降、システムに組み込まれることとなった。これは、音楽教室は楽器を売って儲けるためにやっていると批判されることを避けるためと、ヤマハの営業成績によって普及活動が左右されることを嫌ったためと源一は述べている[25]。音楽教室の実施主体は特約店であるが、源一は音楽教室が単独で採算ベースに乗るようなシステムになるように当初

図2　ヤマハ音楽教室の幼稚園会場のビジネスモデル



（注）上記の月謝配分は幼児科をモデルとしている。ジュニア科などでは特約店からヤマハに向かう月謝が60%になっている。
（出所）田中智晃（2012），p62

24 ヤマハ音楽振興会 HP（http://www.yamaha-mf.or.jp/　検索日2015年9月29日）
25 源一は、財団法人ヤマハ音楽振興会の設立申請はなかなか文部省の認可が下りず、政治力を使うなどして認可まで8年を要したと述べている（川上，1979，P156）

から命じている。幼稚園を会場にしたのは、新たな会場を建設するコストが要らず、幼児が移動せずに受講できること、オルガンやピアノを幼稚園に納入する一方、その代金は場所の借り上げ料と相殺していくことにして、楽器販売にもつなげられることであった。幼稚園にとってのメリットは、1950年代後半からは幼児数が減り始め、園児獲得のための魅力づくりに音楽教室が有効ととらえられたためと金原は述べている。巧みなシステムである。音楽教室の会場は、その後、幼稚園から特約店に移っていった。それは一つには、特約店にとって、音楽教室は事業として採算性がよく、楽器販売にも結びつく魅力的なビジネスであることが分かったからである。特約店の会場整備にはヤマハが融資を行った。二つには、金原は、社長が1年で5万人にしろと指示したために幼稚園に頭を下げて設置を依頼した（借りを作った）ため、その後の幼稚園側との関係が難しくなったことがあると述べている。

3.3 ヤマハ音楽教室とヤマハの発展

ヤマハ音楽教室がヤマハの楽器販売に大きく寄与したことは明らかである。それは楽器産業が音楽産業の一部であり、音楽教育によって左右される関係、つまり音楽教育の拡大が楽器需要を誘発する（その逆に音楽教育の需要の減退は楽器需要の減少をもたらす）補完財の関係にあるからである。つまり、音楽教室は家庭での音楽教育という需要を創造し、そのアウトソーシングの受け皿となったことにより、そこでの楽器需要を拡大し、ヤマハの販売増加に結びつけたのである（詳しくは西野（2013）を参照）。川上源一は、音楽教室を楽器販売のために行っていると見られることを嫌い、ヤマハ音楽振興会を設立してシステムに入れたが、音楽教室の実施主体は、ヤマハの特約店や代理店であり、振興会は音楽講師を派遣しているに過ぎない。そのため、特約店や代理店は音楽教室を楽器販売の促進に使うことは当然のことであった。現在は、音楽教室はヤマハの重要な経営戦略の一環として位置づけられていて、特に海外では音楽教室を梃子に市場創造を行おうとしている[26]。それは、ヤマハだけに限らず、カワイ（株式会社河合楽器製作所）もインドネシアなど海外で同様の方針を打ち出している[27]。

4．才能教育とヤマハ音楽教室、そして楽器産業の発展

才能教育とヤマハ音楽教室の教育理念、特徴、教育システムなどを比較すると極めて似ている。両者共、①幼児期からの教育の有効性を謳っている、②優れた曲を聴かせて楽しく学ばせることから始める、③複数の児童によるレッスンを活用している、④父兄を同伴させるなど父兄の役割も求める、などである。この類似性がどこからきているかについては、ヤマハ音楽教室の企画者である金原が、音楽教室を始める際に才能教育研究会を訪問調査していることが手掛かりになる。訪問した時期は明確ではないが、音楽教室を企画しているときか、実験教室を始めたごく初期の時期だと思われる。金原は、才能教育の素晴らしさに強く共感していたが、ヤマハ音楽教室に才能教育の理念、システムのかなりの部分を採りいれたものと思われる。この点は、筆者がインタビューした際に、明確に導入したとは言っていなかったが、その理念や教育手法の優れていたことは明白に認めており、少なくとも、かなりの程度、参考にしたことは確かである。[28]

才能教育は、分数バイオリンの開発、製造という面での連携はあったものの楽器メーカー（バイオリン）とのつながりを希薄にして、民間の音楽講師を対象に、純然たる音楽教育の手法として社団法人才能教育研究会により普及が図られた。ヤマハ音楽教室は、才能教育のコンセプト、主な教

26 ヤマハ・グループ中期経営計画 p32（ヤマハ HP http://www.yamaha-mf.or.jp/ 検索日2015年 9 月29日）
27 河合楽器製作所第4次中期経営計画 p15（HP http://www.kawai.co.jp/ 検索日2015年 9 月29日）
28 残念ながら、金原氏には、筆者のインタビューの後、体調を崩され平成27年に逝去されたため 3 度目のインタビューの機会は得られなかった。

育手法を取り入れつつ、ヤマハの特約店、代理店を対象にビジネスとして事業採算性を保持したビジネスモデルに仕上げられて、ヤマハの経営戦略の一環として我が国社会に広く普及が図られた。日本人に日常的に楽器演奏を楽しむ生活様式を植え付けたいという川上源一の狙いもあったが、楽器の需要創造という楽器メーカーの経営目標を併せ持っており、楽器メーカーの豊富な資源とネットワークを使って普及が図られた。この差異がヤマハと鈴木バイオリン製造、両社の規模などの差を生んだ一つの要因となっていると言えよう。楽器メーカーの音楽教室の普及は、同時に補完財としての楽器の需要拡大に寄与して楽器産業の成長に結びついた。

鎮一もその出自からして、鈴木バイオリン製造の経営戦略として才能教育を位置づける方向性もあったと思われるが、アーティストとしての性格が強くなった鎮一は、ビジネス＝儲け（利益）という側面から才能教育をとらえられることを嫌ったと思われる。それだけ純粋な道を選んだともいえよう。川上源一もヤマハ音楽教室を、楽器を販売するためのものと見られることを嫌って、財団法人ヤマハ音楽振興会を設立し、音楽教室に関わらせるとともに、社会貢献活動を幅広く行わせるなどした。しかし、実質的にはヤマハの経営戦略の一環となっていた（元々、発案者である金原の目的がそうであった）。才能教育は我が国より海外での評価が高く、米国を中心に教育方法として浸透している。一方、ヤマハ音楽教室は、海外では教育方法としてより、楽器の需要創造の方法として普及が図られてきた。1964年に米国に、1966年にカナダ、タイ、メキシコに進出するなど、かなり早い時期から普及が図られたが、各国の社会・教育システムの違いなどから台湾などを除けば必ずしも十分な浸透はできていなかった。しかし、1990年代からのアジア諸国の経済発展にともなう所得上昇で、アジアでは音楽教室が普及する条件が整ってきており、楽器メーカーは新興国市場の開拓のために音楽教室の普及に再度、力を入れてきている。

5．おわりに

我が国の楽器産業は、現在、国内需要の縮小、新興国からの輸入品の増加、電子楽器などのデジタル楽器の拡大、消費者の音楽ニーズの変化など、構造的な環境変化に見舞われて大変厳しい情勢にある。しかし、楽器産業を含む音楽産業は、文化産業、教育産業の側面を持ち、先進国型の産業である。音楽教室は教育、文化の両面で大きな役割を果たしてきた。ヤマハ音楽教室は戦後日本のイノベーション100選の中に位置づけられ、その革新性が認められたものの、この音楽教室が生み出された普及発展の経緯については、必ずしもその全容は明らかでなかった。今回の調査研究で、その教育のコンテンツの原型は鈴木鎮一の始めた才能教育であると、ほぼ断定してよいと思われる。そして、音楽教室は、純然たる教育手法として普及を図るより、ビジネスモデル化して民間企業ベースで普及を図る方が、はるかに広範囲且つ迅速に普及が図られた。しかし、明記しておかなければならないのは、鈴木鎮一というアーティストであり優れた人格者でもあった人物が、幼児を対象とした世界で全く新しい音楽教育手法を開発し、楽器メーカーの経営者である川上源一が、才能教育のエッセンスをビジネスモデルとして発展させ、我が国及び世界に広げていったことである。鈴木鎮一と川上源一は一見、対照的な人物に見えるが、音楽と人間の能力に対する見方は、幼児、子供を相手にするなかで、殆ど同じような純粋性をもっている。音楽教室という音楽産業のイノベーションを生んだ二人の人物の業績はもっと評価されていいし、後世にその足跡をしっかり残していくことが必要である。

楽器メーカーの音楽教室は、楽器産業に顧客（需要）創造による発展をもたらしたが、少子化等の要因により国内需要が縮小している現在は、我が国楽器産業の「将来の活路」として、経済発展の著しいアジア諸国への展開に力が注がれている。

参考文献

秋山博介、大島眞、中嶋嶺雄、豊田耕児（2003）「スズキ・メソードの今日的意義」、大島眞、秋山博介編『現代のエスプリ―才能教育の展開―』至文堂、pp5-28

井上さつき（2014）『日本のヴァイオリン王―鈴木政吉の生涯と幻の名器』中央公論新社

大野木吉兵衛（1966）「日本楽器製造株式会社と山葉寅楠の企業活動」『浜松短期大学研究論集』第9号、pp35-80

同　　（1981）「楽器産業における世襲経営の一原型（Ⅰ）」『浜松短期大学研究論集』第24号、pp1-37

同　　（1982）「楽器産業における世襲経営の一原型（Ⅱ）」『浜松短期大学研究論集』第25号、pp1-46

川上源一（1977）『音楽普及の思想』ヤマハ音楽振興会

同　（1979）『私の履歴書－狼子虚に吠ゆ－』日本経済新聞社

同　（1986）『新音楽普及の思想』ヤマハ音楽振興会

鈴木鎮一（1966）『愛に生きる』講談社現代新書

同　（1969a）『幼児の才能教育』明治図書

同　（1969b）『才能開発は0歳から』主婦の友社

同　（1985）『鈴木鎮一全集第6巻　歩いてきた道』双柿舎

田中健次（1998）「日本の洋楽器産業前史」『研究論文集』第2巻第2号 pp93-108

田中智晃（2011）「日本楽器製造にみられた競争優位性―高度経済成長期のピアノ・オルガン市場を支えたマーケッティング戦略」『経営史学』第45巻第4号 pp52-76

同　　（2012）「成熟市場をめぐるヤマハの鍵盤楽器ビジネス」『経営史学』第47巻第1号 pp49-74

東京芸術大学音楽取調掛研究会編（1976）『音楽教育成立への軌跡』音楽之友社

豊田耕児（2003）「音楽による幼児教育」、大島眞、秋山博介編『現代のエスプリ―才能教育の展開―』至文堂、pp29-35

西野勝明（2013）「楽器産業のソフト・イノベーション」『静岡に学ぶ地域イノベーション』中央経済社

檜山陸郎（1990）「楽器産業」音楽之友社

本間正明（2003）「才能教育（スズキ・メソード）の理論」、大島眞、秋山博介編『現代のエスプリ―才能教育の展開―』至文堂、pp36-43

前間孝則・岩野裕一（2001）『日本のピアノ100年－ピアノづくりに賭けた人々－』草思社

松山善三（1995）『提琴有情―日本のヴァイオリン音楽史』レッスンの友社

THE CONTENTS OF THIS ISSUE IS SUMMARIZED IN ENGLISH BELOW

The Talent Education (Suzuki Method), Yamaha Music School, and the Development of the Musical Instrument Manufacturing

Katsuaki Nishino
Professor, School of Management and Information, University of Shizuoka

Abstract: In this paper we examine the relationship between the Talent Education, which started in 1946 by Shinichi Suzuki, and the Yamaha Music School, and find out how these two music education systems have influenced the development of the musical instrument manufacturing.
Investigation results show that the concept and education methods of the Yamaha Music School were mostly introduced by the Talent Education. Yamaha Music Company elaborated Yamaha Music School as a business model, which was profitable. The success of the Yamaha Music School induced the development of the Yamaha Corporation as well as the musical instrument manufacturing.

Key words:
Talent Education, Suzuki Method, Yamaha Music School, Musical Instrument Manufacturing, Compliment Goods, Creation of Demand

注記と感謝:

本論文は西野勝明先生が『経営と情報: 静岡県立大学・経営情報学部研究紀要』Vol.28,No.1(2015 年 12 月)に発表された内容であり、ご許諾を得て転載させて頂いた次第である。わが国におけるビジネスモデル研究の更なる活性化に繋がればとの趣旨にご賛同頂いたことを、お礼を申し上げたい。

－ 編集委員会