

い か ざき 五十崎に芽吹く手漉き和紙の新商品



プロフィール

さいとう ひろゆき

1972年神奈川県生まれ。日本大学理工学部卒業後、エヌ・ティ・ティ・インターネット(株)に入社、システムエンジニアとして10年、企画・営業として3年勤務。2008年、愛媛県喜多郡内子町五十崎に移り住み、(株)五十崎社中を設立。

企業概要

創 業 2008年
資 本 金 300万円
従業員数 3人
事業内容 和紙加工品の製造・販売
所 在 地 愛媛県喜多郡内子町
五十崎甲1620-3
電話番号 0893(44)4403
U R L <http://www.ikazaki.jp>

(株)五十崎社中

代表取締役

齋藤 宏之

20世紀のはじめ国内に6万以上を数えた手漉き和紙工房は、現在は300を切るまでに激減している。

愛媛県松山市から車で約30分。いまでも古い町並みが残る五十崎は、豊かな山々と清流に恵まれ、手漉き和紙や木蠟^{もくろう}の産地として知られてきた。

2008年にこの地で1ターン創業を果たした(株)五十崎社中の齋藤宏之さんは、低迷にあえぐ手漉き和紙を使った新たな商品を生み出し、注目を集めている。

伝統の和紙を使った 新商品

——和紙を加工したオリジナル商品をつくっているとお聞きしました。

五十崎でつくられる手漉き和紙にさまざまなデザインを施し、インテリア用品などに加工しています。

ここ五十崎での和紙づくりの歴史は古く、1000年以上も昔に起源があるといわれています。本格的に生産されるようになったのは、江戸時代に大洲藩^{おおす}の貴重な収入源として保護、奨励されたのがきっ

かけです。以来、「大洲和紙」の名で全国に知られ、1977年には国から伝統的工芸品に指定を受けています。

大洲和紙は滑らかでにじみにくいのが特徴で、上質な書道用半紙や障子紙として重宝されてきました。しかし、ご存じのとおり日本人の生活様式は様変わりし、和紙の需要は減少の一途をたどっています。また、機械漉き和紙や中国製和紙などに押され、手漉き和紙の工房は次々と姿を消していきました。現在、大洲和紙の伝統を受け継ぐ工房は、五十崎に残る2軒のみとなっています。

当社は、この伝統ある和紙に、「ギルディング」や「透かし」という技法でデザインを施した壁紙やランプシェードといったインテリア用品、それに名刺入れやブックカバー、レターセットなど、現代の生活のさまざまなシーンを彩る和紙の加工品を提案しています。

——ギルディングや透かしとは、
どういったものなのですか。

ギルディングとはもともと額縁を金箔で装飾することをいいます。西洋絵画の歴史とともに育まれてきた、伝統ある装飾技術なのです。このギルディングの技法を応用し、金や銀、銅、アルミニウムなどの金属箔を和紙にあしらうことで、和紙の柔らかな風合いと金属箔のきらびやかさが合わさった独特のデザインを生み出しています。

ギルディングは基本的に手作業で行います。まず、草木模様や幾何学模様など、それぞれのデザインに合わせて和紙にのりを塗っていきます。そこに金属箔をまき、上から軽くたたいていきます。こうすることで、のりを塗った部分に金属箔が貼り付くのです。最後に、余った金属箔を柔らかいブラシなどで丁寧に取り払っていくと、はじめにのりで描いておいた模様が、鮮やかに浮き上がってきます。

使用する金属箔はヨーロッパから取り寄せているものです。例えば同じ銅箔でも、薬品に浸けるこ

とで酸化させたり腐食させたりして変色させ、一枚一枚異なった色合いに仕上がっています。また、薬品の配合や浸ける時間によっても変色の具合は微妙に違ってきます。そうした加工が施された金属箔を使うことで、いっそう味わいが出るのです。同じデザインでも、計算と偶然が入り混じり、できあがりには毎回違った趣になる。それが、ギルディングの面白いところですよ。

一方の透かしは、漉きたての和紙が乾く前に水をかけることで、水をかけた部分だけ和紙の厚みを薄くし、見た目の色合いを変えて模様を浮き立たせるものです。これを利用して、花柄や幾何学模様を和紙のうえに表現します。和紙の質感や手触りをそのまま活かしながら、控え目で繊細な透かし模様を施したラッピングシートやコースターなどが人気です。

1ターンの 衰退産業に飛び込む

——お話を聞いていると、和紙への愛情を感じます。齋藤さんは五十崎で生まれ育ったのですか。

実は、わたしは神奈川県生まれです。2008年に五十崎に移り住むまでは、東京でIT企業に13年間勤めており、システム開発や企画・営業を担当していました。

五十崎で創業することになったのは、義父からの誘いがきっかけ

でした。妻の実家が五十崎で造り酒屋を営んでいるのです。

——家業に誘われたのですね。

いいえ。妻は実家を手伝っていますが、わたしへの誘いはまったく別のものでした。話はこうです。地元の商工会が、中小企業庁の「JAPAN ブランド育成支援事業」の採択を受けて、手漉き和紙の振興に取り組んでいる。そのなかで、ギルディングに詳しいフランスの壁紙デザイナー、ガボー氏を五十崎に招くことが決まった。ついては、わたしにガボー氏の指導を受ける気はないかというのです。

ガボー氏はギルディングを現代に通ずる形に発展させて、フランス内外で高い評価を得ている人物です。また、かねてから日本文化に造詣が深く、和紙を採り入れた作品も手がけており、五十崎の和紙の新しい可能性を模索するうえで、ガボー氏から学ぶことはまたとない機会だということでした。

ところが、和紙職人はみな高齢で新しいことを覚えるのも、英語でのやりとりも負担です。義父を含め商工会のメンバーはそれぞれに家業があり、身動きが取れません。そこで、わたしに声がかかったのです。義父は、わたしが、日本初の株式会社といわれる「亀山社中」を設立した坂本龍馬に憧れており、いつかは自分で事業を起こしたいと以前話したのを覚え

ていたのでしょう。

わたしとしても、システム関係の仕事が長かったせいか、形あるものをつくる仕事に心引かれるものがありました。

——とはいえ、和紙の需要は小さく、畑違いの業界でもあります。

もちろん不安はありました。それでも飛び込めたのは、正直なところ勢いもありましたが、その一方で、五十崎で自分に何ができるかを冷静に考えたときに、ある程度イメージがつかめたからです。扱うものはシステムと和紙ではまったく違いますが、勤務時代に学んだ仕事のやり方を持ち込むことで、自分なりにできることがあると思ったのです。

システム開発は、まず全体の基本的な設計があり、それからクライアントのニーズに合うよう、より詳細な設計をしていきます。そして、個別のプログラムについては専門のプログラマーに委託します。それぞれが役割を果たすことで、すぐれたシステムを生み出すのですが、これがもし逆の流れだと成り立ちません。プログラマーが適切なニーズをつかみ、全体の流れまで構築できるかという点、得意、不得意がありますし、そこまで手が回らないのが現実です。

これを和紙にあてはめてみると、熟練の和紙職人がプログラマーにあたり、全体の流れを見ているの

は商工会でした。とすると、わたしの役割は、その間に入って、市場のニーズに耳を傾けながら、個別の商品をプロデュースしていくことだと考えたわけです。そこでは、和紙になじみが薄く先入観をもっていないことも、かえって強みになるでしょう。そう考え、2008年に当社を設立しました。

——実際に創業してどうでしたか。

ガボー氏は、半年ずつ、2年にわたって滞在しました。その間は和紙やギルディングについて学んだり、商品開発をしたりと忙しく、ほとんど考える暇もないのが実情でした。

毎日新しい発見があり充実していましたが、売上が立たない一方で、費用はかさんでいきます。ガボー氏の渡航・滞在費用こそ助成金から出たものの、そのほかは自力で調達しなければなりません。知り合いからホームページ制作の仕事を請け負うなど、経営の面では我慢の日々でした。それでも会社として進むべき方向を見失うことがなかったのは、あらかじめ一定の青写真が描けていたおかげだと思います。

2年を経て何とか商品のラインアップも固まり、ようやく会社らしい体制が整いました。ブランド名は「Ja-Gué-Na^{ジャゲナ}」。これは、五十崎の和紙のブランドの総称として、商工会が名付けたものです。

フランス語で日本、癒やし、自然を表すジャポン、ゲリゾン、ナチュレと、語尾に「じゃげな」と付けるこの地方の方言とをかけ合わせています。

地域内外に情報を発信

——慣れない土地で仕事をするにあたって、取り組んだことはありますか。

当社の商品も五十崎のブランドを名乗る以上、地域の人々から親しまれ、愛されるようにならなければなりません。そう考え、作業場を開放してギルディング体験教室を開き、子どもから大人まで一緒に楽しんでもらったり、町内の劇場を使って和紙でつくった衣装のファッションショーを開いたり、地域の人々と交流を深めるように取り組みました。

当社が何とかスタートを切れたのも、商工会や和紙工房の方々はもちろん、地域の皆さまに支えられてのことです。事務所兼作業場には役場の倉庫を安く借りることができましたし、製作に使う和紙を乾燥させながら巻き上げる機械なども、地元の鉄工所などが親身になって協力してくれたおかげで調達できたのです。

そうした方々に恩返しではありませんが、節目節目で当社の取り組みを紹介し、一緒に喜んでもらいたいという思いもあり、地域内への

情報発信も積極的に行っています。

——販売面はどうですか。

重視しているのは、展示会です。インテリアや文具、ギフト関連などの展示会に出展することで、業界に当社の商品を知ってもらえるほか、「ギルディングの技術でこういうものはできないか」といった声を聞けるなど、五十崎の和紙や当社の技術に対してどんなニーズがあるのか、情報収集のよい機会にもなるからです。2010年に出展した国際文具・紙製品展をきっかけに、東京・銀座にある文房具専門店の(株)伊東屋との取引につながり、先方の要望を聞きながら新商品を開発するなど、着実に成果は上がっています。

また、JAPANブランド育成支援事業の一環でパリでの展示商談会に参加したほか、ガボー氏が出展する展示会に共同出展をさせてもらうなど、海外販売にも取り組んでいます。マカオのあるホテルから壁紙の受注を得た例もあり、和と洋のコントラストが映える当社の商品は、海外でも十分通用すると手応えを感じています。

——今後の抱負について聞かせてください。

当社には現在、男性と女性、二人の従業員がいます。五十崎の出身で、当社に興味をもち、地元で働くことを選んだ人たちです。和



同社がつくる Ja-Gué-Na ブランド商品

紙産業が再び地域に根付き、循環していくための貴重な一歩だと思っています。

一方、和紙工房では職人の高齢化が深刻です。これは和紙づくりに魅力がないからではないと思います。近ごろはロハスなどの言葉がはやっていますが、そうした風潮のなか、伝統産業に興味をもつ若者もいるはずです。問題はやはり流通面にあるのでしょうか。つ

くっても売れないと思えば、人は集まりません。また、人件費を負担する余裕がないという工房側の事情もあります。

当社が成長することが、そうした問題に解決の道を開くと思えば、まだまだ頑張らないといけないと思います。いつか、五十崎の和紙をともに発信していく仲間がたくさん現れる日を信じて、挑戦を続けていきます。

聞き手から

1ターンでやってきた齋藤さんは、いまや五十崎の和紙を語るにあたって欠かせない人になっている。創業時から齋藤さんが自分のやるべきこと、和紙産業のなかでの立ち位置をしっかり認識し、貫いた結果である。

地域の期待を背負う形の齋藤さんに、気負いは見られない。おそらく齋藤さんを突き動かしているのは、Ja-Gué-Naブランドへの愛情だ。愛情を込めた商品を世に広めることを何より楽しんでいるように見える。そんな齋藤さんの職人魂のようなものが、長く和紙の伝統を見守ってきた町の人、そして消費者の心も引きつけるのだろう。

(渡辺 綱介)