

若狭箸工業協同組合（福井県）

日本の伝統工芸を「時流」と結ぶ道を探る 若狭塗箸の今

社団法人中部開発センター

客員研究員 坂口 香代子

日本食に欠かせない道具のNo.1は何かと聞かれたら、多くの人が「箸」と答えるのではないだろうか。箸食はアジアの他の国々でも見られるが、実は、箸だけで食事をする文化を持つのは日本だけのようだ。福井県の南西部、風光明媚な若狭湾の内湾・小浜湾に面する小浜市は、日本の塗箸の全国シェア80%以上を占め、日本独自の食文化を支える「若狭塗箸」の一大生産地である。最近では、NHK朝の連続テレビ小説「ちりとてちん」の舞台として記憶している方も多いかも。400年の歴史を持つ若狭塗箸は現在、伝統工芸品としての高価な品から、中国産と激しいシェア争いを繰り広げる100円ショップ商品まで、実に幅広い顔を持っている。その現状とこれからへの取り組みについて紹介したい。



（左）若狭湾の内湾・小浜湾と小浜の街並み （右）若狭塗製品および若狭塗箸と伝統工芸士による若狭塗箸作業風景

1. 「若狭塗箸」とは

美しい海底の様子を描き出した400年の歴史を持つ地場産業

「若狭塗箸」は、約400年の歴史を持つ、日本の地場産業の一つであり、1978年に通産大臣により伝統工芸品として指定を受けている。

その特徴は、細工された木地（木・竹）に塗料（生漆・最近では化学塗料）を十数回も塗り重ね、その工程中に塗料の色を変え、貝殻や卵殻を塗付し、最後に研磨することにより、輝くような美しい模様を生み出していることにある（資料1）。また、塗り重ねることにより耐久性の面でも優れている。

殿様に愛され、足軽の内職としたことから発展

この技法は、若狭塗箸を含む「若狭塗」独自のスタイル。そもそも若狭塗は、1597年の慶長年間、小浜藩の御用塗師・松浦三十郎が志那漆芸の一種「存星」にヒントを得て、海底の様を意匠化して菊塵塗を始め、その門人・西脇門左衛門が海辺の様子を写して磯草塗（磯辺塗）を考案したのが始まりとされている。

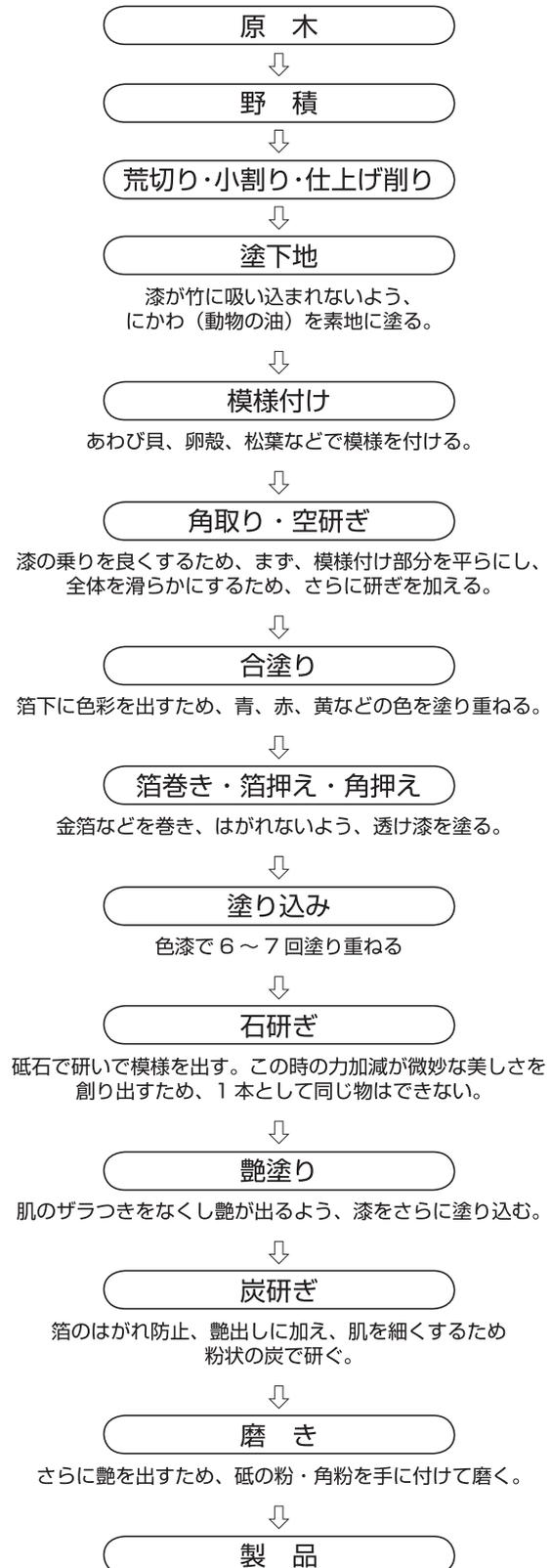
現在の卵殻金銀箔法は、前記の塗法を取り入れて万治年間に始められたもので、寛永11年（1634年）に若狭の国に赴任した藩主・酒井忠勝がこれを「若狭塗」と命名し、家中足軽の内職として保護奨励を加えたため、明治以降名工が輩出され、大きく発展していく。

幕末に天皇家の和宮が徳川家御降嫁の際には若狭塗のたんすをつくらせて献上されたほか、シーボルトが著した『日本』にも掲載されていることから、当時の若狭塗の知名度の高さがわかる。

明治16年には、初めて海外への輸出が試みられ、大正・昭和にかけては、新時代に適合した意匠の考案が続けられてきた。そして近年、若狭塗箸は、年間約7,200万膳の生産量で全国シェア8割以上

を占める箸の産地となっている。

資料1 若狭塗箸の工程



（資料：若狭箸工業協同組合）

2. 「若狭箸工業協同組合」のこれまで

古くて「新しい」、業界

若狭塗箸の生産が飛躍的に伸びたのは、昭和40年代から。それまでは夫婦で行う家内工業が中心で、全て手づくり品であったため、生産量も限られていた。昭和40年ごろから化学塗料が生まれるとともに機械化が進展。またスーパーなどの大手量販店が誕生したことで、販売の場が確保できるようになったことが発展の要因となった。

これに伴い、その頃に新たに若狭塗箸の事業を興した人が多く、若狭塗箸自体は400年の歴史を持ちながら、現在、2代目か3代目の経営者が多い。

独立分業体制を継続しつつ、3組合を統合

若狭塗箸業界は、箸の素材を整える「木地」、塗を重ねて箸を作る「製造」、作られた箸を集めて販売する「販売（問屋）」の独立分業体制で形成されている。そのため長く、木地組合・工業組

合・商業組合の3つそれぞれが独自に組合運営を行っていた。しかし近年、中国の安価な製品がどんどん入ってくる中で、情報を共有し、相互にコミュニケーションをとって業界全体で躍進を図ることが重要と、1998年8月に、独立・分業体制を残しながらも3組合を統合、現在に至っている。

3. 若狭塗箸の現状と組合の取り組み

1万円以上の品から 100円ショップ商品まで

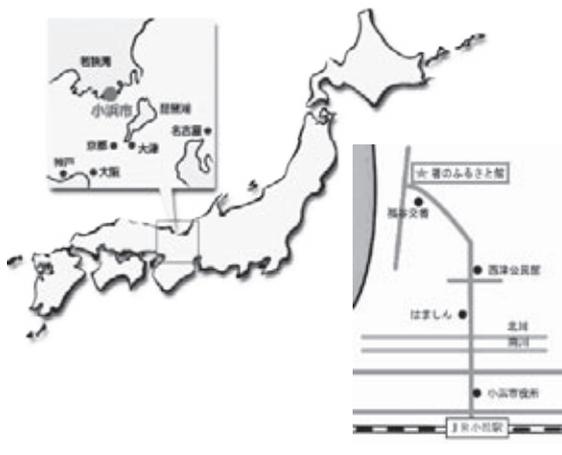
若狭塗箸の伝統的な手法は、貝殻や卵殻を色とりどりの色漆で塗重ね、その漆の層を丹念に研ぎ出し磨き上げる「研ぎ出し」と呼ばれるものだが、近年では機械の発達に伴い、研ぎ出しであっても、手作業でなく機械によって作られるものがほとんどである。また、現在は研ぎ出しでなく「転写」の占める割合が多くなってきている(資料2)。転写とは、図柄を機械で箸に写す方法のことである。我々が普段使っている、手頃な値段の塗箸は、この転写により作られることが多い。

現在、小浜市にある箸関連業者は45社で、そのうち29社が組合に加入している。

実は、日本各地にさまざまな塗物の産地があるが、若狭は現在、他とは独自の道を歩んでいる。

【若狭箸工業協同組合 概要】

名称：若狭箸工業協同組合
所在地：〒917-0001 福井県小浜市福谷8-1-3
TEL 0770-52-1733
組合設立：1998年8月
組合員数：29社（木地2、工業14、商業13）



資料2 若狭塗箸生産量

種類	15年前	5年前	近年
研ぎ出し	2,600万膳	950万膳	1,140万膳
転写	2,000万膳	5,000万膳	6,000万膳
塗り立て	25万膳	30万膳	35万膳
木地箸	15万膳	20万膳	25万膳
合計	4,640万膳	6,000万膳	7,200万膳

(資料：若狭箸工業協同組合)

資料3 若狭塗箸関連業者

業者	会社数	従業員数	外注 (内職者数)	合計人数
木地	4社	23人	20人	43人
製造	19社	315人	320人	635人
販売	22社	505人	530人	1,035人
合計	45社	843人	870人	1,713人

(資料：同上)

他地域では、漆器製品がメインで塗箸の割合は極端に少ない。一方、若狭では、漆器に携わるのは4社のみで、45社ある若狭塗箸は、若狭塗から完全に独立したひとつの産業になっているのである。これは全国的に非常に珍しく、塗箸の協同組合があるのも若狭のみである。

箸は、漆器製品と違い、買い替えが頻繁に必要なものでもあり、消費者の購買意識から考えると、値段の高い伝統工芸品だけで産業を成り立たせることはかなり難しい。若狭塗箸の製造に関わる業者全体の中で、若狭塗箸の伝統的な手法を用いて、全て手作りのみでつくっているところは、6社。全体としては、現在、1万円以上の品から100円ショップに並べられる品まで、非常に幅広い商品が生産されている。

組合員の情報収集拠点としても機能する 「箸のふるさと館WAKASA」

その中で、若狭塗箸工業協同組合が現組合組織に移行して以来、最も重要視しているのは、「木地・製造・販売の三者が、それぞれの仕事内容は違っても、良い品質の塗箸を創ろうという気持ちで、心と技をひとつにして、その時代に応じたお箸を消費者に届けること」（内藤治・若狭箸工業協同組合理事長）である。そこで、現組合組織に移行した同じ年に、拠点となる「箸のふるさと館WAKASA」を開館。組合が運営を行っている。分業で作業を行う場合、内職のような小さな単位でもできるため効率が良いというメリットがあるが、業界全体を見る目が育ちにくいというデメリットもある。館内には、3,000種類の箸の展示・販売のほか、若狭塗箸・研ぎ出しの体験コーナーを設置しており、店舗も兼ねているため、客の動向や売れ筋がわかるほか、他の会社の製品を勉強する場としても機能している。

また、組合として、各地でのさまざまなPR活動を展開しているが、そこで関心を持った人が小浜を訪れた際に立ち寄るケースも見られ、開館から10年の館内の売り上げは、年々確実に伸びてき



「箸のふるさと館WAKASA」外観



館内にはズラリ300種類の箸が展示されており、購入が可能
ている。

若狭おばまブランド認証をステップに 2007年7月、国の「地域ブランド」を認証

小浜市では、2006年2月、地域の財産である魅力ある「若狭もの」を地域団体商標として認証する「若狭おばまブランド認証制度」を設置。「若狭もの」とは、①若狭おばまならではの素材・製法・技術・商法などを使ったもの、②若狭おばままで生産・製造・加工されたもの、③広く全国に発信・供給すべき地域の財産のことで、認証した「若狭もの」を推奨し、全国および世界へ広く発信・供給することで、若狭地域全体の魅力・競争力を高めようというもの。いわば国の「地域ブランド」^(注1)の地域版である。若狭塗箸は、若狭かれいとともに最初に認証された「若狭もの」である。

この認証をステップに、国の地域ブランドの認証も2007年7月に得ることができ、これを生かした展開について、この春から本格的に委員会を立

ち上げ検討する予定になっている。

また、2007年秋に、この小浜市および若狭塗箸の環境を非常に大きく変える出来事が起こった。NHK朝の連続テレビ小説「ちりとてちん」の舞台として、主人公一家・和田家の家業として、小浜市と若狭塗箸は、全国ネットのドラマを通じ、全国の人々の注目を一気に浴びることとなったのである。

次の内藤理事長へのインタビュー記事で、その環境の変化がもたらしたものの、また「若狭塗箸および組合のこれから」について紹介したい。

〔注1〕これまで非常に厳しかった「地域名と商品・サービス名」が結びついた商品の商標権の登録要件を緩和し、地域の活性化などに役立てようという新しい制度が2006年4月1日の商標法改正によりスタート。

4. 若狭塗箸のこれから

インタビュー



若狭箸工業協同組合
理事長 内藤 治 氏

テレビ小説効果と時流が合致した、 このチャンスを生かしたい

—まずは、「ちりとてちん」の話から。小浜市はその舞台となり、主人公・喜代美の実家、和田家は若狭塗箸を家業とする設定。ドラマがまってどのような影響があったでしょうか？

内藤 驚くことばかりです。全国ネットでPRできる（笑）というのは、本当にすごいことだと実感する毎日です。組合としてもこれまで、県や市とともに、イベントをはじめさまざまなPRを行ってきたわけですが、若狭塗箸というのは、関西や中部ではそこそこ知られていましたが、全国的な知名度はシェアのわりにはかなり低く、関東で塗箸の産地を聞くと「輪島」という答えが返ってくるのが圧倒的に多かったのです。それが、「ちりとてちん」が始まったとたん、知名度が一気に、あっという間に全国区になりましたから。これによる効果は、それまでの活動と全く桁違いのレベルです。観光客が増えたこともそうですが、今年度の若狭塗箸業界全体の売り上げを驚異的に伸ばしてくれそうです。

—小浜市や組合が、ロケ地としての誘致を働きかけられたのでしょうか？

内藤 いいえ、違います。どういういきさつか知りませんが、NHKさんが選んでくれた（笑）。感謝ですね。もちろん、ドラマはこの春で終わります。今の観光客増が今後も続くことはないでしょう。しかし、「知名度」という非常に大きな財産をいただきました。これを運が良かったで済ましてしまえばそれまでですから、非常に大きなチャンスととらえ、今後に生かすことを考えていかなければいけないと思っています。

—チャンスを生かすとは具体的には？

内藤 時代のニーズと非常に合致したチャンスを与えられたと思うのです。若狭塗箸業界は、1992年まではずっと右肩上がりできていたのですが、それ以降、ゆるやかながら売り上げは減少傾向にあります。しかし、昨年（2007年）の終わりから、テレビの影響とは別に、地球温暖化への関心で、割り箸か

ら「マイ箸」へと消費者の志向も変わってきているのを感じています。また安価なことから中国からの輸入品に傾きかけていた流れが、食品問題の影響を受けて、同じ口の中に入れるものということで敬遠されるようになり、少し波が戻ってきている感も持っています。本当に、この半年くらい「マイ箸セット」がよく売れているのです。また、業務用についても、割り箸から「リユースして使える箸」へとシフトする流れが、この半年で一気に出てきました。割り箸は年間250億本生産されており、その3%でも変わればものすごい量になります。今、もうその時期に来ているのだと思うのです。

実は私は数年前に、おしほりと同じように「お箸のレンタルサービス」を提案したことがあったのですが、その時は鼻にもかけてもらえませんでした。しかし今、東京でこのサービスはスタートしています。私は、小浜周辺の飲食店に全て置いてもらえるようにしたいと考えています。この流れを何としても生かさなければ。

伝統は大事だが、 「産業」にしないと、後に残らない

—国の地域ブランドの認証の活用方法については具体的なお考えはありますか？

内藤 実は、「ちりとてちん」の影響で、認証を受けた後から本当にめまぐるしい時間を過ごしていたものですから、まだ具体的な方向性を決定してはいないのです。この春から委員会を立ち上げ、本格的に話し合う予定です。

—若狭塗箸は1万円以上の高価な品から100円ショップで売られるものまで、非常に幅広いわけですが、「地域ブランド」の活用については、その「若狭塗箸」の基準をどうするかという大きな課題や、組合員以外の活用をどうするかなども問題となってくると思うのですが。



J R小浜駅前

内藤 その通りです。今、先に認証を受けられた地域ブランドのところに話を聞きに行くなど、いろいろ勉強しているのですが、ある組合では、認証をつけることができるマニフェストを決めており、それに合致しなければ、たとえ組合員であっても認証のラベルをつけることはできないようにしています。しかし、若狭塗箸の場合は、そうすることが必ずしもいいとは思えないのです。現在の若狭塗箸は、伝統的な手法で全て手づくり生産されているものは、ごくわずかです。また、コストなどの問題で、ほとんどの材料を輸入ものに頼っており、全ての工程を小浜で行っているわけではありません。若狭塗箸が今、生き残っているのは、機械化して100円均一商品を手がけているからです。組合員、非組合員に限らず、上代で3,000円を超える箸をつくっているところはほとんどありません。もっとはっきり言ってしまえば、手仕事で本当の高級品だけをつくって残っているところは1社のみです。伝統はもちろん大事です。しかし「産業」として残らないと後に残らない。私は、ある意味、伝統を残すためにも、収益性のある産業にしていくことが、何より大事だと思うのです。産業として魅力があるから後継者も育つ。そのあたりを考えた「地域ブランド」活用を考えたいと思っています。

—理事長のお考えとしては、どのようなものがあるのでしょうか？

内藤 本当に個人的な意見を申し上げますと、私は、できれば、100円均一商品にも「若狭塗箸」という地域ブランドのラベルを貼れるようにしたいと考えています。こう話すと、多くの人にはそれでは意味がないと笑われます。「他と比べて高いかもしれないが、価値がある品だから買いたい」と消費者は思う。それがブランドであり、ブランドの価値を勘違いしてはいけません。確かにそうでしょう。しかし、産業として維持していくためには、若狭塗箸の場合、100円均一商品も非常に重要です。そこでもしっかり他との差別化を図

れるようにしたい。同じ100円でも価値があるのだと。

—例えば、何種類かの認証ラベルも考えられるでしょうか？

内藤 その考えも検討の一つだと思います。1万円の商品と100円の商品では、商品としての差はありますから。伝統的な手法を用いたものについてはブランド認証ラベルを、伝統的ではないが、若狭塗箸として安心して使ってもらえるものには、別のラベルを考案し、幅を持たせた取り組みも一つだとは思っています。

—伝統を守る方向としては、何かお考えがありますか？

内藤 県に、ぜひ学校をつくってほしいと働きかけていきたいと思っています。私は決して伝統を軽んじているわけではありません。一方で伝統的な技法を守り伝える人がいて、一方で産業として発展していける方向を歩いていく必要があると思います。

結びにかえて

地域で「世襲制」の復活を

「今の若狭塗箸の最大の課題は何か？」という問いに対して、内藤理事長からすぐさま帰ってきた答えが「何といても後継者問題」だった。実は、理事長職自体も、その問題にさらされているのだという。組合の理事長は、製造と販売の各組合員が2年交替で担当しており、製造側の内藤理事長の任期は今年の3月まで。次は販売側が担当する。これを今後も継承することは、特に製造側の後継者不足が非常に深刻で難しいのだという。近年は他の地域からも職人を目指して修行にやってくる若者もいるようだが、ほとんどが途中でやめてしまう。「職人の世界は非常に厳しく、子供のころ

から若狭塗箸に触れ、将来、それを自分も守りやっ
ていこうという思いを持てる世襲制でないと、や
はり難しい」と内藤理事長は語る。

しかし、職業選択の自由が増えた今、子供が家
業を継ぐという世襲制に頼るのは、現実的ではな
い。また、業界全体が激しい競争にさらされる中
で、小規模な組合員が多い若狭塗箸で、組合員ご
とに外部から来た人を職人として一から育成する
ことは、経営の面からも非常に厳しい。そこで、
内藤理事長は、職人養成のための学校づくりとと
もに、小浜市の子どもたちに、若狭塗箸の世界の
面白さを機会あるたびに伝えていきたいと言う。
売り上げは小さいかもしれない。しかし若狭塗箸
の職人は下請けでは決してない。自分のデザイン
したもの、自分が作ったものが、そのまま売り場
に出る。一つの部品ではなくそのまま消費者に届
く商品となるものを作れる喜び、その楽しさを語
りたいと。その家だけの世襲制が難しければ、地
域で担える「世襲制」を考えられないかというわ
けだ。

「ちりとてちん」の舞台となったことは、図ら
ずも来たチャンスだった。課題は多いが、そのチャ
ンスを生かす道を真剣に見つめ取り組む先に、若
狭塗箸の未来があるのだと思う。