

福島県 会津若松市



1. 会津若松市のシンボルである鶴ヶ城 2. 鶴ヶ城の天守閣からは雄大な山々に囲まれた会津若松市内が一望できる
3. 市内には白壁の土蔵、店蔵など、明治や大正期の建造物が点在している 4. 会津若松の代表的な伝統工芸品である「赤べこ」

Pick Up

平成 18 年度 (財) 電源地域振興センター マーケティング調査事業活用事例

産・学・官連携で伝統工芸に新しい息吹を 次世代感覚の導入で会津漆器を活性化

福島県会津若松市は、美しい自然と数々の歴史に抱かれた東北有数の観光地です。また伝統工芸品・会津漆器の産地としても全国的に有名です。しかし近年では、会津漆器産業が年々衰退傾向にあり、危機感を抱いた行政と漆器職人は、大学と連携して漆器産業の活性化プロジェクト「會's NEXT」事業を立ち上げました。今回は、三者が力を合わせて新感覚の漆器づくりにチャレンジしている会津若松市をご紹介します。

歴史が薫る山間の城下町・会津若松市

福島県西部の会津盆地に位置する会津若松市。名峰・磐梯山をはじめとする山々や猪苗代湖などの豊かな自然に囲まれ、約三百八十平方キロメートルの総面積に、約十三万人が暮らす会津地方の中核都市です。美しい自然とともに、会津松平氏二十一万石の城下町として栄えた歴史を色濃く留め、情緒あふれる東山温泉・芦ノ牧温泉もあつて、会津若松市は東北有数の観光地として発展してきました。また肥沃な平坦地では水田による稲作も盛んで、さらに、おいしい米と清冽で豊富な水を利用した酒造りでも知られてきました。地域には、電源開発株式会社の下郷水力発電所(揚水式百万ワット)があり、多くの電気を供給しています。

昔から会津を支えてきた代表的な産業といえば「会津漆器」です。しかし、かつては全国的に出荷し隆盛を誇った会津漆器産業も、ライフスタイルの変化による需要の減少や、外国産漆器製品の大量輸入により急激に出荷が落ち込んできました。

四百年の伝統を誇る会津漆器産業がピンチに

会津漆器は、十六世紀末に蒲生氏郷が会津の領主になって以来、四百年の歴史に育まれてきた伝統工芸です。氏郷は前の領地であった近江の国(現・滋賀県)から木地師や塗師を呼び寄せ、新たな産業づくりのために盛んに漆器を作らせました。やがて技術は飛躍的に進歩し、漆の栽培から加飾(絵付け)まで一貫して手がける一大産地に発展したのです。江戸時代にも歴代の藩主によって保護育成は引き継がれ、中国・オランダへ輸出されるなど隆盛を迎えます。幕末の戊辰戦争によつ



福島県

お問い合わせ先: 会津若松市 観光商工部 商工課 TEL 0242-39-1252 <http://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/>
「會's NEXT」 <http://www.aizu-next.com>



会津若松市役所 観光商工部 商工課 主事 岩橋 美穂さん

て、一時は壊滅的な打撃を受けましたが、ががて復興し、明治中期からは再び全国有数の漆器産地となっています。

会津漆器業界では、多くの需要に対応するため、問屋が商品の企画・生産管理・販売などを担当し、職人は問屋からの注文を請けて、木地づくり、漆塗り、加飾などの工程に分かれて専念する体制を築いてきました。この分業体制によって会津漆器はさらに生産量を伸ばし、昭和四十年代には事業所数が七百五十を超え、製造従業員(職人)数も四千人以上にのびりました。

ところが二十年ほど前から、安価な外国産漆器が大量に輸入されるようになり、また消費スタイルの変化から、国産漆器市場が多品種少量生産へと大きくシフトしたため、対応できない問屋は会津漆器産

業から次々に撤退していきました。現在では事業所や職人の数とも最盛期の約三分の一にまで減ってしまったのです。

「以前のように問屋は職人を抱えることが難しくなり、舵取りを失った職人は独立・自活の必要に迫られるようになりました。もともと消費者と触れ合う機会の少ない職人にとって、問屋の発注仕様こそがニーズであり、仕様通りに作ることが業務成果だったのです。そのため、どのような商品を作っていけばいいのか、売れる商品とは何か、についてまで意識する職人は少なく、

「会津漆器の『次』をめぐって『会津漆器のNEXT』事業がスタート

きつかけは大学の呼びかけと職人の危機感

それは東京・八王子市にある、東京造形大学からの提案でした。大学の教員から福島県ハイテクプラザ会津若松技術支援センターを通して、岩橋さんのもとへ届いたのです。その提案とは、学生たちのアイデアと職

独立・自活の道は険しいものだった」と語るのは、会津若松市役所・観光商工部の岩橋美穂さん。

「でも、生き残りに必死な職人さんの中には、インターネットの活用による通信販売や展示即売会への出展など、新たな取り組みに挑戦する方もおられました」。

危機に直面し、もがいている職人の手助けをできないか、また伝統の漆器産業を復興させることはできないかと考えていた岩橋さんに、平成十七年の九月、ある知らせが飛び込んできました。

人の技術で新しい漆器を創作するといふものでした。学生にとっては実践的なデザインの勉強になり、職人は斬新な発想を得ることができるといわれています。

岩橋さんはこの時、東京造形大学が他の美術大学二校とともに平成十五年から「えどがわ伝統工芸産学プロジェクト」

「会津漆器のNEXT」と命名されました。

いよいよ学生たちとの共同作業がスタート

五月中旬、十一人の学生たちが各々アイデアを持参し、職人たちのもとへやってきました。アイデアの発表は、図案とキャッチコピーが描かれたプレゼンボードを使って学生が説明するという形で行われました。プレゼンテーションの後、職人たちが、自分の気に入ったものをセレクトしました。このマッチングの段階でうまくいかなかったものもありましたが、アイデアはどれも新鮮でユニークなものばかり。その九割が採用され、いよいよ職人たちによって試作品の製作が開始されることになりました。

に参加していることを知りました。このプロジェクトは東京都江戸川区の伝統工芸職人とともに新製品を開発し、市場開拓・販売促進などの支援をする活動です。

このような伝統工芸への支援活動に実績のある大学からの提案を聞き、いいチャンスだと考えた岩橋さんは、漆塗り職人で会津漆器協同組合の副理事長でもある細谷誠さんに声をかけます。

「会津漆器業界でも、人件費・材料費の安価な海外への生産委託が増えています。従来の生産体制に依存したまま、企画や販売を問屋任せにし続ければ、職人の仕事量がじり貧状態になるのは明白でした。なんとか従来のやり方を変えていかなければと思っていました」と語る細谷さん。そんな矢先に舞い込んできたこの企画に細谷さんはすぐに賛同しました。

また、岩橋さんは、漆器業界と大学との橋渡しをするコーディネーターが必要と考えました。そこで抜擢されたのが、若年二十七歳の若さで会津地

域を盛り上げる先導役として活躍している株式会社明天の代表取締役、貝沼さんでした。貝沼さんは「伝統工芸の現場へ若者を送り込むプロジェクト」を主軸に、地域に新しい出会いとチャレンジの場を創出する活動を精力的に進めており、コーディネーターに適任と岩橋さんは考えたのです。

岩橋さん、細谷さん、貝沼さんが集い、早速今後の計画が話し合われました。そして翌十月には東京造形大学の学生二十人を市内で開催された「二〇〇五 会津ブランドものづくりフェア」に招待し、実際に会津漆器を見てもらいました。また、翌平成十八年の一月には岩橋さんや細谷さんたちが東京造形大学を訪問して交流を図るなど、この企画の下準備が進められていきました。

ついに十八人の職人たちが立ち上がった

当時を振り返って、細谷さんはこう話します。「私たちが大学を訪ねた時にちょうど卒業制作展をやっています、絵

「画・彫刻・写真・コンピュータグラフィックなど、学生たちの作品を見ることができました。正直言って、自分たちの世界とはまったく違うので少しとまどいしましたが、その異質感が大切であり必要なのだとも感じました」細谷さんは学生との共同作業の意義を改めて確信し、仲間の職人たちに新しい試みへの参加を呼びかけたのです。

「当初は四、五人くらいかなと思っていましたが、なんと十八人の職人たちが集まってくれました。日頃から強い危機感を持ち、何かを始めなければい

会津漆器NEXT 代表 細谷 誠さん

けないと真剣に考えていた人たち、そして行動しようとしていた人がたくさんいたのです。ね」と細谷さん。

五月中旬、十一人の学生たちが各々アイデアを持参し、職人たちのもとへやってきました。アイデアの発表は、図案とキャッチコピーが描かれたプレゼンボードを使って学生が説明するという形で行われました。プレゼンテーションの後、職人たちが、自分の気に入ったものをセレクトしました。このマッチングの段階でうまくいかなかったものもありましたが、アイデアはどれも新鮮でユニークなものばかり。その九割が採用され、いよいよ職人たちによって試作品の製作が開始されることになりました。

「デザインも斬新で面白いものが多かったのですが、その商品がどういうコンセプトで売って入っていくのか、というところまで考えてくれたことがよかったです。たとえば『見せ弁』という弁当箱では、『かばんの底へしまってしまうお弁当箱、かばんに入らず荷物になっってしまうお弁当箱を外に出して着こなそう』といった斬新なコンセプトを提案してくれました。会津漆器といえばお椀やお盆といったテーブルウェアをイメージする私たちに、若い人の『あったらいいな』という自由な発想が新しい視点をもたらしてくれたのです。もちろん中には商品にはなりそうもないと思うものもありました。でも今回はとにかく既成の考えを捨てて、学生のアイ

デアをそのまま形にすることが大切だと考えました」と細谷さんは語ります。一方、市では(財)電源地域振興センターのマーケティング調査事業を活用し、試作品製作のかたわら岩橋さんや「会津漆器NEXT」のメンバーも加わって、試作品発表時のアンケート実施についての検討が同時進行で行われました。

「マーケティング調査事業を導入したおかげで、たとえば、質問事項一つをとって、職人さんの技術に関心を持ったか? など、地元の方では思いつかない視点を提案してくれました。また、提案いただいた項目も細かく分かれていて今後の対策を立てるのにとても役立ちました」と岩橋さんは語ります。

「会津漆器のNEXT」

職人と美大生のコラボレーション



重箱スライス



大人カメラ



いれこ



フリスケース



見せ弁



大和スピーカー

会津漆器づくりの工程について

会津漆器づくりには大きく分けて次の三つの工程があります。

●木地づくり
木材は切り出し、およその形にした後、割れたり歪んだりしないよう何ヶ月も乾燥させます。その後、丸物(お椀・お盆)は手挽きろくろを使い、木にノミを当てる微妙な加減で形を作ります。板物は木を薄い板に加工し、にかわなどの接着剤で箱型を作ります。



●漆塗り
まず木地を丈夫にするために生漆などを使って下地付けをします。その後、下塗り・中塗り・上塗りの三段階で丹念に漆塗りを仕上げていきます。



●加飾
漆器に絵や模様をつけることです。朱・黄・青などを混ぜた彩漆で描く“漆絵”、金・銀粉と彩漆で描く“蒔絵”、表面を削り金箔をかぶせる“沈金”という方法があります。



會sNEXT 木地師 三浦 圭一さん

学生の思いがけない発想が大きな刺激に

他の職人たちも、初めての大学生との交流を通じて大きな刺激を受けたといいます。木地職人で「會、sNEXT」に参加した三浦圭一さんはこう話してくれました。

「正直言いまして初めは、学生の考えるものなんかという懐疑的な気持ちもあったのです。でも実際に会って話を聞いてみると、若い人の思いがけない自由な発想に刺激を受けました。職人は作業場にこもってばかりいて、どうしても考えが狭くなってしまふ。これからはもつと外に出て勉強しなければいけないと思いました。実製作の段階での苦勞も次のように話してくれました。

「漆器づくりは『木地づくり』『漆塗り』『加飾』の各工程で作業する職人が違います。そのため、通常の商品について、工程に関わる職人同士の完成イメージを一致させるだけでも大変なのに、今回は世代や感覚の違う学生さんのイメージにみんなが到達しないといけない。これは大変でした。学生さんと直接会えない時は、活動場所に設置したテレビ電話で頻繁に打ち合わせを行いました。それでもやっぱり学生さんの考えていたのと違うものを作ってしまったこともありました。」

試作品を地元と東京の展示会で発表

こうして大学生と会津漆器職人のコラボレーションによって作られた、初めての試作品は完成しました。そしてその年の十月二十八・二十九日に市内で開催された「二〇〇六 会津ブランドものづくりフェア」への出品が実現したのです。続いて翌十二月二十九日から一週間、

東京・新宿のオフィス街にあるホールでの展示会が開催されました。この二つの展示会では、マーケティング調査事業の一環として細かなアンケート調査が実施され、試作品に対する来場者の反応の分析も行われました。地元会津では今までにないデザインの漆器に対して驚きの反応があった一方で、東京ではビジネスマンやOLたちから「面白い」「贈り物にもいい」などの声が聞かれました。

漆器の見方が変わったと学生にも影響を与える

「実は会津でも、近年、漆器が名産品であるという意識が薄れてきています。『會、sNEXT』事業や会津会場での展示会は、地元の人に会津漆器を見直してもらおうきっかけにもなったと思います。東京の大学生とのコラボレーションということで、地元紙にも取り上げ



株式会社 明天 代表取締役 貝沼 航さん

てもらい大きなアピールになりました」と語るのは、コーディネーターとして参加した貝沼さん。また「會、sNEXT」の活動は、職人だけではなく都会の大学生にも強い刺激を与えたといいます。「ある女子学生は、漆器への見方が変わったと言っていました。以前はデパートで見て、なんでこんなに値段が高いのかと思っただけで、一つの商品が出来上がるまでにかかる膨大な時間と職人さんの高い技術を見て納得した。それに若い人は、まるで外国人のような新鮮な目で日本の伝統工芸を捉えるのです。古くさいなどという認識はなく、むしろ『かっこいい』という感覚で漆器を受け入れています。また近年では、若者が職人の世界に憧れを持つようになってきて、職人と若者との接点が増えつつあると思います」と貝沼さん

「本事業の最大のポイントは、アイデアを取り入れるだけでなく、夏季休暇などを利用して産地滞在型で時間をかけて密度の濃い意見交換を行うこと。価値観やセンスの違う若者と一緒にデザインや売り方を考えるという過程の中にこそ、作り手が『自立したものづくり』へシフトするための大切な気づきのエッセンスが凝縮されていると確信しています。また、若者が産地に入り込むことで、地域の活性化や人材育成に繋がると考えています」と貝沼さんは事業に対する意気込みを語ってくれました。また、今後の活動について貝沼さんは「今回のコラボレーションで新しい感覚の試作品

が出来上がりました。今は、作品の販売体制の構築に向け、準備を急いでいます。セレクトショップの店長やブランドアドバイザーなど、売りのプロ、のアドバイザーを仰ぎつつ、インテリア会社の商品企画部などとの連携を広げています」と話してくれました。

「JAPAN」は英語で漆器を意味します。つまりそれほど漆器は、日本を代表する伝統工芸なのです。ますますグローバル化が進む中で、世界にアピールしていけば会津漆器ブランドは大きく成長するパワーを秘めています。また近年、福島県ハイテクプラザ会津若松技術支援センターで、紫外線に反応して乾燥するUV含漆塗料が