

りそな一れ

2 Feb.2010

特集
クラウド!
コンピュテーティングが
分かった!
クラウド時代のIT戦略
中小企業のクラウド・モデル



トップインタビュー
株式会社テツタニ 鉄谷明氏

講演録
どん底からの成功法則

株式会社生活創庫代表取締役社長 堀之内九一郎



京和傘は、茶道家元御用達の本式野点傘^{のどて}に代表される高級和傘である。厳選された素材を使い、京都に息づく各種の伝統技術の粋を集めて製作されている。「日吉屋」は江戸時代後期に創業した京和傘の老舗。現在では唯一の京和傘製造元として、伝統の技を継承しつつ、新しい技術や発想を取り入れた革新的な商品づくりに取り組んでいる。生活様式の変化にともない和傘の需要が減退し、廃業寸前まで追い込まれた老舗の再興をリードするのが5代目の当主、西堀耕太郎さんだ。西堀さんは和傘とは縁もゆかりもないところから、「日吉屋」の女婿としてこの世界に飛び込んだ。「妻の実家で見た和傘づくりがとても新鮮で、大きなポテンシャルを感じた」という。和傘の技術を生かした和風照明などの新商品を開発して、和傘業界に新風を吹き込み、国内外から高い評価を受けている。伝統工芸は、ただ守ればよいというものではない。西堀さんの言葉を借りれば、「伝統とは革新の連続」なのだ。

「日本文化を代表する和傘の魅力、撮影ビデオを観ながら修業」

——どのような経緯で和傘の世界に？

「私は和歌山県南部の新宮市生まれで、高校卒業後にワーキング・ホリデーの制度を利用してカナダへ留学し、帰国してか

京和傘「日吉屋」5代目当主

西堀 耕太郎氏

「老舗ベンチャーとして、和傘の伝統を生かした新しいモノづくりを」

にしほり・こうたろう

1974年(昭和49)和歌山県生まれ。高校卒業後カナダへ留学し、帰国してから地元・新宮市役所の職員となるも、妻の実家の京和傘製造元「日吉屋」で和傘の魅力に目覚め、脱・公務員。職人の道を志し、2004年(平成16)「日吉屋」の5代目に就任。伝統的和傘の継承のみならず、和傘の技術、構造を生かした新商品を開発し、国内外から注目を集める。和風照明「古都里-KOTORI」で07年度グッドデザイン・中小企業庁長官特別賞、08年FORM(ドイツデザインプロダクト賞)受賞。35歳。

ら地元市役所の職員として働いていました。そんなとき、大学生になった高校時代の友人がたまたま後輩を連れてキャンプにやってきました、その中にいまの妻がいました。つき合うようになって、妻の実家に遊びに行ったときに初めて和傘の世界に出会ったのです。白い番傘でしたが、骨組みがすごくきれいで、和紙と竹の質感もよくて、かっこいいなと思ったんですね。古い雑誌を見せられて、さらにびっくり。英国のエリザベス女王が初めて来日されたときの、桂離宮での茶道裏千家のお手前による野点の写真でした。そのとき使われていたのが日吉屋の和傘だったのです。本式野点傘というのですが、日本で日吉屋しかつくってない傘なんです。その下で女王がお茶を飲んでるわけです。国賓をお迎えした際、日本文化を代表してもてなす、その一翼を担っていることに感動しました」

——それで、日吉屋の工房に通われるようになったわけですね。

「ええ、竹と和紙という自然素材を使った伝統技能に興味が湧いてきて、ちょっと手伝わせてくださいとお願いして、公務員をやっていましたから、もっぱら週末、金曜日の夜に新宮から車で4〜5時間かけて京都まで通いました。ただ当時、和傘づくりを担っていたのは、この道60〜70年という昔気質の職人さんたちですから、特に教えてくれるわけでもありません。

ん。持参したビデオカメラで作業風景を撮影して、材料をもらって仕事が終わった工房で見よう見まねでやらせてもらった。材料を新宮へ持ち帰って、平日の夜に自分の家でビデオを観ながら自己流の修業を続けました」

「伝統が息づく和傘の魅力を時代に合わせて進化させる」

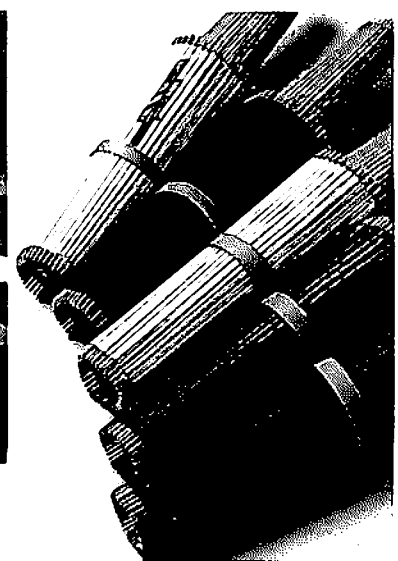
——安定した職を捨て、和傘職人の道へ入るのにリスクを感じませんでしたか。

「当時の日吉屋は、もちろん和傘をつくっていたのですが、9割以上は洋傘の小売りで生計を立てていました。洋傘に取って替わられて、和傘の需要は茶道や日本舞踊など伝統芸能の特殊な用途に限られていたのです。さらに洋傘の小売りもデパートやスーパーに押されて左前。年間の売上高は100万円くらいでしょうか。転廃業の話も出ていましたので、婿養子に入るときは身内の反対もありました。しかし、和傘の製造元は京都では日吉屋だけ。全国でも10軒くらいしか残っていません。その火を絶やすのはあまりにも惜しい。奈良時代から1000年以上に及ぶ和傘の歴史を調べてみると、いまの和傘は江戸時代中期に確立された方法を使ってつくっています。ここ300年くらいは変わらないのですが、それ以前はかなりドラスチックな変化がありま

した。例えば、魔よけや権威の象徴として、天蓋状で閉じ開きもできなかつた時代から、柄がついて持てるようになり、開閉もできるようになって、庶民の雨具として普及したのです。だから、新しい技術やデザインを取り入れて、いまの時代に合うように傘の進化を促せば、和傘自体の魅力で、まだまだ生き延びていけるのではないかと考えたんですね」

——和傘自体の魅力とは？

「やはり、竹とか和紙の手触り感ですね。僕は、油の匂いとか雰囲気なども含めてだと思っておりますが、その存在感、リアル感が一番の魅力じゃないかと思えます。これは、実際に触ったり、使ってもらわないと多分分からない次元のものでしょう。また非常に美しいデザインをしていること。これまで、いろんな意匠が考案され、昔の傘を見ると、いまよりもっとカラフルなものがたくさんあるのですが、1000年のときを経て、シンプルかつ合理的なデザインに収斂され



和風照明「古都里-KOTORI」シリーズは、海外にも輸出されている。和傘の伝統技術をベースとしているため折りたたむこともできる(写真提供/日吉屋)

てきたわけですね。それだけの歳月によって積み重ねられ、蓄積されたものが和傘には息づいているのです」

「和傘の構造を照明器具に転化、エコ製品として高評価を受ける」

——和傘の進化へ向けた取り組みをお聞かせください。

「まず、和傘をもう一度、日常生活品にするにはどうすればいいかを考えました。和傘のよさは、竹の骨がきれいなこと。それから、和紙を透けてくる光もすごくきれいなんですね。また、あまりに常識化していただれも気に止めませんけど、実はたたんでしまえるのも大きな特徴です。傘がたためるようになったのは安土桃山時代からで、たためるからこそコンパクトに収納できて庶民に普及しました。こうした利点をどう生かすかというところで、照明デザイナーなども巻き込んで新商品のコンセプトづくりに取り組み、具現化したのが和風照明『古都里—KOTORI—』です。この照明器具は骨がきれいで、和紙を透けてくる光もきれいで、さらに普通のランプと違ってたたんでしまえるという和傘のよいところが詰め込まれています。つまり、構造的には全く傘と同じで、柄がない傘をパツと広げるとランプになるという商品なんです」

——なるほど、とてもユニークですね。

海外からの評判も上々と聞いています。

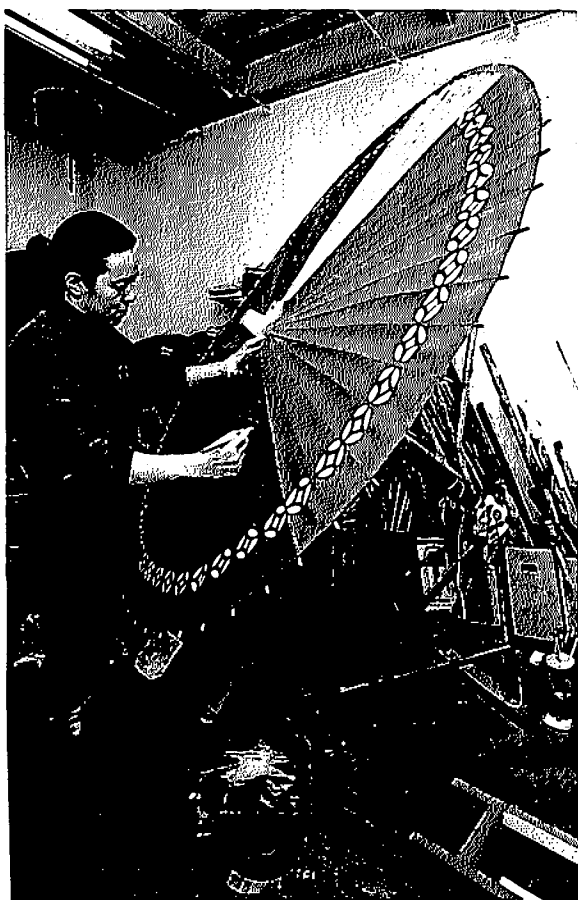
「和モノって日本では他にもいっぱいありますから、ヨーロッパのインテリア市場をターゲットにしよう、実は、最初から海外志向だったんですね。06年の12月に『古都里—KOTORI—』の発売を開始して、いきなりグッドデザイン賞の中小企業庁長官特別賞をいただきました。国内の評価をベースに、中小企業庁のコーディネートで08年にフランスのパリで開催された国際的なインテリアの見本市『メゾン・エ・オブジェ』に出品しました。すると、非常に美しく、当地のインテリア事情にも適合し、エコロジカルだと思いのほか高い評価をいただきました。竹や和紙で出来ているだけじゃなくて、コンパクトにしまえるので、流通や保管のコストも削減でき、斬新なコンセプトを持つエコの時代にピッタリなデザイン照明というわけです」

「和傘にこだわる新商品の開発で業界の再興に寄与」

——今後の事業展開についてはいかがでしょうか。

「和傘と和傘を使った新製品との売り上げ比では、まだ5:1ぐらいの比率で和傘のほうが多いですね。ただし伸び率でいうと、昨年は景気が悪かったこともあって、和傘は私が12年関わってきて初

めて前年割れでしたが、照明器具は前年比2倍になりました。中長期的には、大体5:5ぐらいに持っていきたいと考えています。本業の和傘があつて、照明器具、インテリアという新分野があつて、実は、まだ発表していませんけれども、新素材を用いた新しい傘の開発も進めています。事業の柱を2つ、3つと確立して、何が駄目になっても全部潰れることがないようにしていきたい。もちろん、あくまでも和傘の伝統技術を生かしたモノづくりです。それがわれわれの唯一のストロングポイントですからね。和傘というコンテンツを生かした老舗ベンチャーとして、時代とか国境を超えた商品づくりに挑戦していきたい。それが和傘職人をはじめ、和傘の材料をつくる職人の底上げと養成につながり、和傘業界全体の再興に寄与すると考えています」



京都市上京区の本社工場で、特注の生地を使った野点傘を製作する西畑さん
写真撮影/加藤文敏(提供写真を除く)