



Chubu

ビジネスづくり編

伝統は革新の連続 伊勢型紙の産業としての 存続を目指す

「新しいビジネスづくり」に成功している中部の中小企業を紹介する特集。今回は、三重県で主に着物の柄や文様を染める伊勢型紙の商家を営む(株)オコシ型紙商店。大幅に縮小している着物市場を軸にしながらも他業界へと積極的にアプローチし、多様な製品を生み出していくまでの過程や、産業として存在させるための取り組みを紹介する。



壊滅的ともいえる市場の縮小を受け海外へと可能性を模索

ピーク時の15%に縮小した着物市場

日本が世界に誇る文化として知られる着物。日常的に着ることは少なくなったものの、今でも七五三や成人式、結婚式など節目の行事では着られることも多い。何をもって着物の起源とするかは難しいところだが、鎌倉時代には「着物」という言葉が誕生したとされている。

着物を市場という目線で見ると、1981年の1兆8,000億円(呉服小売市場規模)をピークに、2019年には2,605億円と15%ほどまで縮小している。それに伴い、着物の柄や文様を染めるために用いる型紙関連の事業者数も大幅に減少してきている。

着物の高級化に伴い伊勢型紙の需要も最高潮に

伊勢型紙とは、小紋、友禅、ゆかたなどの柄や文様を生地に染めるために用いるもので、その99%が三重

県鈴鹿市の白子地域(白子・寺家・江島地区)でつくられている。1983年には、「伊勢形紙※」の名前で国の伝統的工芸品(工芸材料・工芸用具)に指定されている。

伊勢型紙の製造・流通には、渋紙をつくる地紙業者、型紙を彫る彫刻師、図案と渋紙を彫刻師に渡し、型を制作したものを販売する商家(型匠)が関わる。

本特集で紹介するオコシ型紙商店は、1924年に創業した商家で、売上規模においても業界トップクラスを誇っている。着物メーカーなどから依頼された図案を型紙にして納める受注型ではなく、自社で考えた図案



☆



☆

フランスのアールヌーボーなどの芸術運動に多大な影響を与えた伊勢型紙。オコシ型紙商店では常時1万点以上の型紙を取り扱っている

企業
DATA

企業名: 株式会社オコシ型紙商店
従業員数: 10名(2021年1月現在)
所在地: 鈴鹿市江島本町 27-25

代表者: 代表取締役 起 正明
事業内容: 伊勢型紙および関連商品の製造・販売

創業: 1924年
TEL: 059-386-0229 URL: <https://okoshi-katagami.com/>

の型紙を販売するメーカー型を得意としている。三代目となる起正明さん(56歳)は、商家が集まる伊勢形紙協同組合※において最年少ながら副理事長を務めており、業界の未来を危惧して積極的な活動を展開している人物だ。

「1920年代、このまちにたくさんいた型紙職人の年収は1,000万円を大きく超えていたはず。着物が高級品として扱われるようになったこともあり、さまざまな柄や文様のニーズが増え、伊勢型紙の販売量も多くなった。職人が夜通し仕事をするため出前や飲食店も多く、地域経済が循環していた」と起さんは述懐する。

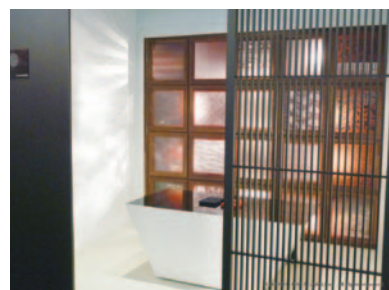
※形紙：経済産業大臣指定の伝統的工芸品や伊勢形紙協同組合は「形」の字を使用

洋服への進出に向けマーケットを海外に求める

1988年にオコシ型紙商店へ入社した起さんも、「これだけ活況なら、あとは自分の頑張り次第でどこまでも会社は伸びていけると思っていた」と言う。しかし、世間の着物離れによって業績は悪化の一途をたどることとなった。

着物の伊勢型紙の出荷額が全盛期に比べて約1/5まで落ち込むなど、国内における市場の縮小に直面した起さんは、海外に目を向けた。「和服の柄ができるなら、洋服の柄にもなりえる。国内はもちろん大切だが、19世紀後半に伊勢型紙の意匠・デザイン性が高い評価を受けていた欧米で勝負してみよう」と思い立った。

そこで2010年、パリで開催されたインテリア見本市「メゾン・エ・オブジェ」に出展したところ、来場者からは高い関心が寄せられ、多くのバイヤーから声がかかり、海外展開への手応えを得た。



メゾン・エ・オブジェで設営したブース。型紙はフランス語でも「KATAGAMI」と言う

海外での感触からビジネスモデルの転換を目指す

2011年にパリで開催された世界最高峰のテキスタイル見本市「プルミエール・ヴィジョン」へは、付加価値の高い営業を行いたいと決意を持って臨んだ。ファッションに限らず、インテリアにも活用できることを伝えると、有名ブランドのデザイナーから声がかかるなど好評を博した。



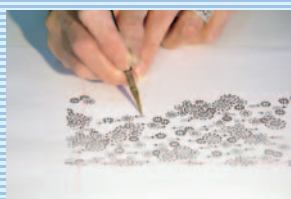
世界中のデザイナーやバイヤーが集まるトレンド発信と商談の場で高く評価され、着物からアパレルという新規販路に光明を見出した

しかし、手作業でつくった型紙を「1枚売っていくら」という商売では、職人が減り続けている現状の型紙産業を復活させるほどのインパクトは出せないと気づいた。また、服以外にも図案が求められることも肌で感じ、提案の幅を広げることの重要性も痛感した。

なぜ白子地域は、型紙の一大産地になりえたのか？

1,000年の歴史があるとも言われる伊勢型紙のはじまりには諸説ある。起さんは、室町時代に起きた応仁の乱(1467年)によって、着物に関係する職人たちが京都から逃れてきたこと、そして、その中でも特に型紙彫刻師が、そのまま伊勢の地に留まったのがきっかけだと考えている。

江戸時代になると、白子地域は紀州藩の直轄地となった。紀州藩が大阪の綿織物や松阪もめんを江戸に流通させる際、白子を経由させるという決まりをつくったこともあり、経済が栄えた。さらに、紀州藩から「鑑札」を与えられた伊勢の商人は、各地で宿代が安くなる特権が与えられたことから、伊勢型紙を持った多くの商人が全国各地へ行商するようになった。これにより、全国から流行や顧客の要望などの情報が産地に集約・共有され、新しい商品に反映される流れが生まれ、その相乗効果で型紙の主要産地となっていった。



制作工程

図案の素描(さまざまなモチーフを散りばめて素描)



小本型の彫刻(素描にもとづき四方に送りの付いた型紙を彫刻)



小本写し(小本型を型地紙に刷毛で文様を写し込む)



彫刻(写し込まれた文様を彫り進めていく)

“注目”ではなく“売れる”を目指し業界のために奮闘する

美術展覧会の追い風も受け異業種との コラボレーションによる製品づくりに挑戦

海外進出への足掛かりをつかんだ起さんが国内市場を改めて見直したとき、そこに追い風が吹いた。2012年、三菱第1号美術館、京都国立近代美術館、三重県立美術館で開催された「KATAGAMI Style – もうひとつのジャポニスム」と題した展覧会で、江戸後期に「浮世絵(UKIYO-E)」とともに海外に渡った「型紙(KATAGAMI)」が、世界の美術やデザインに与えた影響が紹介され、伊勢型紙の“デザイン性”が注目されるきっかけとなった。



★ 伊勢型紙の伝統美とギルドデザイン社の機能美がコラボしたジュラルミン削り出しの名刺ケース

この機運を生かそうと、起さんは異分野のデザイナーに協力を仰いだ。コラボレーションによって生まれた名刺ケースは、ふるさと納税の返礼品にも採用され、国内で

の知名度も向上した。さらに、家具や家電といったインテリア、寝具やカーテンといったテキスタイルなど、着物はおろかファッションの枠すら飛び越えた新たな製品づくりを活発化させた。

注目されるだけでは産業は継続していけない

起さんの情熱と、伊勢型紙が持つ伝統美が組み合わせ、その可能性を一気に開花させたかに見える伊勢型紙だが、起さんは「売れないと意味がない」と、いまだ厳しい意見を持つ。しかし、再び着物が売れるようになれば良いという訳ではないとも言いつける。「伝統は革新の連続。技術を継承しつつも、つねに新たなニーズに合わせて変化していくことを止めてはならない」と言う。



★ オコシ型紙商店では、文具や雑貨から朱印帳まで、さまざまなオリジナルグッズが展示・販売されている

起さんが業界全体に思いを馳せるのは、高齢化と後継者不足という大きな問題があるため。伊勢形紙協同組合の組合員数を見ても、ピーク時の20人超えから12人まで減少した。しかも年齢層は70代から80代が多くを占めている。

組合として、主に職人を育てる後継者育成事業に力を入れているが、業界の将来性や収入に不安を感じてか、これで生計を立てていこうという気概の人が入ってこないという悩みも抱えている。また、多くの商家では、デザインまで手掛けている訳ではないため、クリエイターを目指す人にも魅力を打ち出せていないのが現状で、大きな課題となっている。

伊勢型紙の彫刻技法

伝承の彫刻技法として4種類あり、一人の彫刻師がその技法を重複して習得するのは困難なため、通常は各々の職人が、各々のスペシャリストとして彫刻活動をしている。オコシ型紙商店のホームページでは熟練の職人技を動画で公開している(<https://okoshi-katagami.com/techniques/>)。

① 錐彫り (きりぼり)

刃先が半円形に研がれた彫刻刀を垂直に立て、「クルリ」と錐を揉むように回転させながら孔を穿つ。丸い粒の大小、配列の具合、配列間隔の変化により、さまざまな文様が表現される。

② 突彫り (つきぼり)

刃先を長く、かつ、えぐるように研いだ彫刻刀を「穴板」に充て彫刻刀を上下に動かしながら、他方の手で文様の形に沿って彫り進めて行く。柔らかいタッチと曲線表現が特徴的で、文様を活き活きと演出することができる。

③ 引き彫り (ひきぼり)

主に、縞柄を彫刻するのに定規に沿わせて直線を彫っていく。一見単純な作業のようだが、ごまかしが効かず大変な技量と集中力が必要とされる。この手法で彫刻された縞柄は「糸いれ」といわれる高度な技術で補強され、染色に使用できる型紙となる。

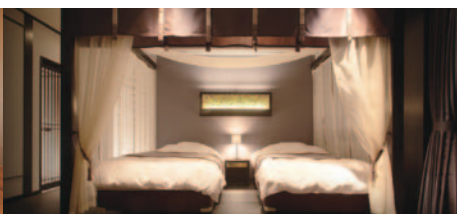
④ 道具彫り (どうぐぼり)

刃先自体が、花びら(さくら・菊)菱形、三角形といった形につくられた彫刻刀で、型抜きのように文様を穿ち、多種多様な文様を造作していく。



OKOSHI-KATAGAMIの使用例

ファッション	アパレル・ランジェリー・バッグ・シューズ・小物	インテリア	ファブリック・家具・照明・家電・花器
テキスタイル	寝具・カーテン・カーペット・リネン・タオル	アウトドア	門扉・ロートアイアン・ガーデン家具・屋外照明
デコレーション	壁紙・タペストリー・ウォールデコレーション・パーテーション		



一般家庭の額装やホテルのインテリア照明など、際立つアクセントとして、空間に華やかさと品格を添える。その可能性は、和室に留まらず洋室にも



左は、百五銀行丸之内本部棟のエントランス。金属板を透かし彫刻した圧巻の大型壁面スクリーンを設置している。右は、伝統工芸を支援する、元サッカー日本代表・中田英寿さん主宰「CHARITY GALA」のプロジェクトで、起さんもチーム制作に携わった自転車

接点づくりとビジネスモデルの転換で未来へ

オコシ型紙商店の2019年度の売上の割合は、和装が4割、2割がTシャツなどの衣類、一般消費者への型紙供給が1割、残りの3割がインテリアや雑貨などの新事業だった。これまでの着物中心から、新事業の売上が年々着実に増えていることもあり、起さんは次なる攻勢を考えている。それは、伊勢型紙を核とした産地への集客。型紙の博物館を建て、そこに伊勢型紙の歴史や魅力を展示、来場者はワークショップで実際に伊勢型紙の制作体験ができるというものだ。「伊勢型紙にもっとふれる機会をつくり、柄や文様をあしらった雑貨や型紙そのものが購入できる、消費者と直接的につながる場を創出していきたい」と起さんは構想している。

また、オコシ型紙商店が持つ1万点以上の型紙を、1枚いくらではなく、デザイン提供によるロイヤリティ契約にすることも模索している。実現すれば1枚の型紙が

ら得られる収益が増え、結果として職人の収入にもつながられる。これを実現できれば、一企業の生存というより、ビジネスモデルの再構築によって産業としての未来が拓けると考えている。

伊勢型紙がつくられはじめてから現在までの間に、すでに失われた技法もある。しかし、新しく生まれた技法があれば、後継者の増加によって失われた技法が甦る可能性もある。そのためには、「技術を修得した人たちが伊勢型紙に関わる人たちが、生計を立てられる産業にしていける必要がある」と起さんは考えている。“伝統は革新の連続”という言葉

葉を胸に、日本の伝統美を守り続けるため、これからも攻め続けていく。
文：(株)広瀬企画 広瀬 達也
写真：☆印／岩瀬 有奈 撮影
無印／(株)オコシ型紙商店 提供



Chubu
ビジネスづくり編

メッセージ

「中経連」読者の皆様へ

可能性を感じ、ビジネスに取り入れていただけることを願っています



伊勢型紙業界は、新型コロナウイルスの影響で危機的状況に直面しています。需要は減っているとはいえ売上の柱となる「着物」は、コロナ禍で着る機会も減っています。OKOSHI-KATAGAMIの使用例で紹介したように、伊勢型紙はさまざまな製品に使用することができます。しかし、多様な業種の方と知り合う機会が少ないことが課題でした。今回「中経連」で弊社を紹介いただいたことで、読者の皆様に伊勢型紙を知っていただける良い機会となりました。伊勢型紙に可能性を感じ、実際に各社がビジネスに取り入れていただけるよう願っています。また、名古屋テレビ塔「THE TOWER HOTEL NAGOYA」内にて2021年6月3日から27日の間、宿泊できるギャラリーという企画で客室にOKOSHI-KATAGAMIのアート作品が展示されます。要予約(コロナ対策)。機会があれば、伊勢型紙の世界観を体感していただけると幸いです。