

螺鈿の煌きを身近に 伝統工芸の楽しみを広げる

嵯峨螺鈿・野村

伝統技術の転用で、新たな商材・ターゲットを開拓

螺鈿とは、漆工芸の加飾技法の一つで、貝殻の虹色に輝く真珠層を薄く削り、漆地や木地に嵌め込む伝統工芸のことを指す。同店は創業以来、厳選された材料にこだわりの、貝の美しい輝きを極めるために必要な「切る」「貼る」「砥ぐ」といった伝統技術を磨いてきた。

当初、床の間に置くような花台や調度品類を扱っていたが、和室のある住宅が少なくなると需要が落ち込んだ時期があったという。今から30年ほど前、現店主の野村守さんの母親が、テキスタイルなどに使用されるイスラム風のモザイク模様を取り入れたネックレスやブローチ、イヤリングなどを制作して販売。それまで螺鈿のデザインは正倉院の所蔵物などからヒントを得ていたが、今までの常識を打ち破る斬新な商品は目の肥えた年配層を中心に支持を得たという。

「伝統産業に携わる私たちにとって転機となった」と3代目の守さん。例えば、同じ七宝紋様のペンダントやカフスでも、下地となる漆部分に明るめの藍色や朱色を使い、表面のカットを立体的に工夫すれば、たちまち現代風な表情に様変わりする。技術を世の中の流行に合わせてうまくアレンジすることで、古典的な商材以外にも様々な選択肢を市場に提案し、螺鈿に関心のなかった消費者の興味を呼び起こすことになれている。

触れて楽しむ「場」を提供して埋もれたファンの掘り起こし

数年前から、工房を開放して「螺鈿・時絵体験」を実施。伝統工芸士の守さんの指導のもと、オリジナルの丸盆を制作することができる。複雑で高度な技量が求められる螺鈿だが、あらかじめ貝を桜柄や千鳥柄、水玉柄など様々な模様で切り抜いて用意するなど、伝統の魅力を気軽に味わってもらえる気配りが好評だ。初年度はわずか18名の参加だったが、現在では年間200名近くが訪れる人気講座に成長した。体験を終えた顧客が「やっぱりプロの作品は違う!」と店頭に並ぶ商品を買っていくこともあるという。今年10月には、工房を飛び出し、天龍寺の非公開放塔頭を借りて体験を実施。参加者は秋の京情緒を堪能しながら、伝統工芸の世界に酔いしれた。

「Tを活用した情報発信にも積極的に取り組んでいる。特に、フェイスブックについては「海外の人ともつながることができる」と娘の真理さん。自分たちの取り組みや商品をするだけでなく、四季の彩りを写真に撮って掲載したり、賑やかな地域イベントの様子をPR紹介するなど、京都のイメージを前面に押し出したコンテンツを心がけている。最近では、螺鈿・時絵体験の参加者がフェイスブックに書き込むことも増え、それを見た友達の参加も増えているという。「今後も、嵯峨嵐山の恵まれた立地を生かした集客を考えていきたい」と話す。

自社の強みの価値を問い直し、未来の世代へと紡ぐ

今年7月、京都府「知恵の経営」実践モデル企業の認定を受けた。「事業承継が取り組みのきっかけだった」と守さん。報告書をまとめるにあたって、自分たちが当たり前だと思っていたことが、ほかの人から見ればとても特別な価値を持っていることに気づいたという。また、将来4代目を引き継ぐ真理さんも「専門用語など一つひとつ意味を理解することで、螺鈿・時絵の工程がしっかりと思い描けるようになった」とその意義を振り返る。最近では、従来の取引先以外からも仕事の依頼が舞い込むなど、報告書の作成を通して、培ってきた強みを異業種などに訴えることができたという。

同店の経営理念は「心が穏やかになる物を作る」。多忙を極める現代だからこそ、安らぎのある商品やサービスはその存在感を増す。3代目の熟練の技術と4代目の若い感性を融合し、嵯峨嵐山の地から私たちの心をくすぐる伝統工芸の新たな形が生まれることを期待したい。

明治末創業、螺鈿や時絵の製造卸販売、メンテナンスまでを京都で唯一、一貫して手がける「嵯峨螺鈿・野村」。その繊細で精緻な技術をベースに、螺鈿の魅力を広く発信し、現代の生活様式に応じた商品やサービスを生み出している。



店主の野村守さん(左)と、娘の真理さん(右)



年々受講者が増えている「螺鈿・時絵体験」



展示会で最も反応があった螺鈿カフス



夜光貝の輝きが美しいブローチ



贈り物としてオーダーいただいた鏡

解説

知恵のポイント

時代に合わせて 技術の使いどころを考える

京都の伝統産業などに携わる企業の多くは、何十年何百年、何代にもわたって蓄えてきた技術を有しています。それらは「朝夕ではとても真似のできない強みだと言えるでしょう。しかし、せっかく優れた技術があっても、既存の市場に既存の商品やサービスを提供するためのものや、作り手の論理や感性、思い入れを優先したプロダクト・アウト的な新商品は物珍しさがあっても顧客に受け入れられるのは難しいでしょう。

同店はこれまで、京漆器・螺鈿の加工製造、販売、メンテナンス等を主に手がけてきましたが、数年前から伝統工芸の敷居を低くし、間口を広げるために、工房の一部を開放した体験事業などに積極的に取り組んでいます。一般消費者である体験事業の参加者と直接顔を合わせ、会話することで、工房側から螺鈿の魅力を伝えるだけでなく、体験事業の参加者からも消費者が今何を感じ、何を求めているのかなど世の中のトレンドを吸収することにもつながっているように。

職人さんをはじめモノづくり企業の最大の強みはほとんどの場合、やはりその技術です。従来の産業構造や流通構造が変化していく中においては、消費者(使い手)の視点に立った「マーケット・イン」の発想で自社の技術の使いどころをその時代に合わせて考えていくことが、その技術や企業を未来につなげていくために必要要素の一つになっていると言えるでしょう。

応援します! 創業・経営革新・知恵の経営に取り組み企業の相談に具体的にお応えします。

相談無料 TEL:075-212-6470 (知恵産業推進室)