

山田 龍雄・小田 好一

(よかネットNO.45 2000.5)

旧来から久留米市をはじめ筑後地域には、久留米餅、地酒、藍胎漆器など多種多様な地場産業があり、これらの地場産業を発展、強化していくことを目的に昭和56年11月に久留米地域地場産業委振興センター（以下「地場産くるめ」）が設立された。今回、この「地場産くるめ」により、久留米餅、酒造、藍胎漆器、手漉き和紙、機械和紙の5業種についての地場産業振興のための調査・計画のお手伝いをする事となり、今後の地場産業について考えさせられる点が多々あったことから、筑後の地酒と藍胎漆器について少しポイントを絞って整理してみた。

■地場の人に知られ、飲まれる酒づくりを！

私は元々焼酎派であるので、清酒についてはあまり明るい方ではなかったが、今回、酒造を担当となり、清酒業界の厳しい状況を知るとともに清酒の奥深さと魅力も勉強させていただいた。

消費量が低迷つづけている清酒業界

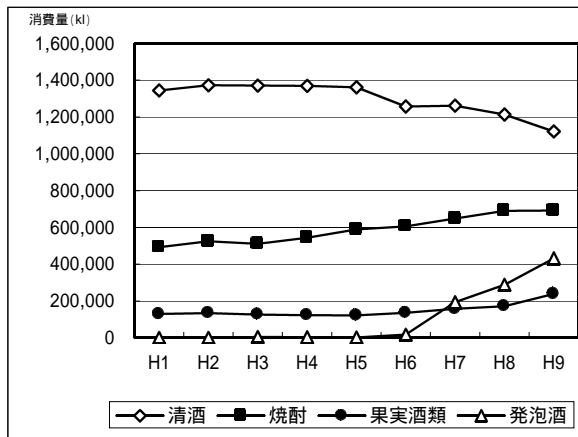
全国の清酒消費数量をみると平成3年あたりから一貫して減少傾向にある。酒全体の消費量をみると950万～960万klと、ここ2～3年は横這い状況であるにもかかわらず、清酒のみの減少幅が大きい。一方、消費量を伸ばしている酒類といえば、焼酎と低アルコール系の発泡酒、また最近ではワ

インブームにのった果実酒類であり、特に発泡酒系の伸びは著しい。筑後地域内の清酒精製量をみると、久留米地域では某メーカーが北九州コカ・コーラーボトリングと業務提携したことによって販売量を伸ばした影響で、一時期高くなっているが、平成8～9年は全地区とも減少傾向にある。

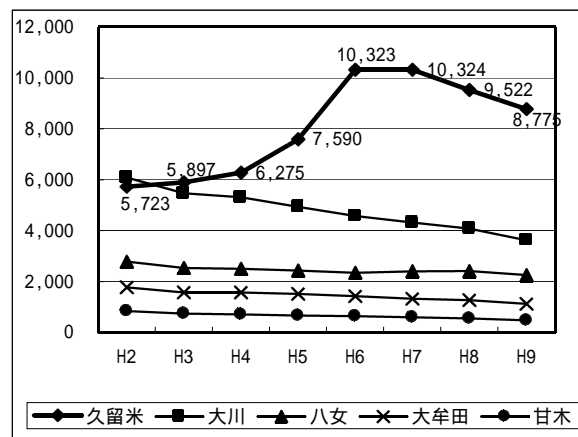
地酒低迷の原因は、消費者に近づくために取り組みがなされなかったことが大きい

清酒低迷の理由を酒造業者や酒販店の方に聞いてみると、単に競合品の台頭や若い人の清酒離れといった単純な問題ではなく、複雑な要素が絡んでいるようだ。

特に福岡の地酒業界は、原料米の割り当てがあったことから、桶取引きといって中小メーカーの原酒を大手メーカーが買い取りをしていたため、消費者の顔をみないまま、これまで経営していたことが大きな問題であったようだ。ある地酒メーカーの方にお聞きしたときも「いままで消費者に近づいてこなかったことが、清酒離れの大きな要因である」と答えられていた。しかし、このメーカーでは、地域の方との協力のもとに毎年3月に蔵開きをしており、今年で16回目とのことであった。実際に蔵開きに行くと、蔵元の敷地内に婦人会などの団体が屋台を出し、結構賑わってい



図表1 全国の清酒消費量の推移



図表2 筑後地域内の清酒課税数量の推移

－2 モノづくり産業

た。また、このメーカーでは①顧客名簿をコンピューター管理し、消費者からの直接注文、②近くの農家と提携し、田植えから絞りまでの体験教室の開催（今年で2年目）など、地域と消費者とのネットワークをつくる努力をされている。

大手メーカーでは既に清酒と料理との取り合わせ研究をしている

3月末に福岡市天神のアクロスで開催されている「文化であい塾」で「日本酒を知る」というテーマでの会があったので、参加してみた。

セミナーの中では利酒もできることもあり、始まるころには既に定員70名程度の会場は満席となった。参加者の年齢階層は20～60歳代と幅広く、女性も1/3程度はいたようだ。

このセミナーでは、大手メーカーの営業の方が講師となり、特に清酒の美味しい飲み方、料理との組み合わせについて話を下さった。既にこのメーカーでは、平成4年頃から「日本酒と料理の相性」の研究を行い、「日本醸造学会」や「日本料理科学会」などに発表している。いただいたパンフレットには、メーカーの酒別にどのような料理が合うのかの一覧表もあり、消費者にとってはありがたいことである。

消費者に近づくための取り組みについて

ヒアリングをした酒造メーカーの方も「ちゃんと消費者に答えられる清酒小売店がいなくなったことも清酒消費量減少の原因であるのではないか、鍋料理に合うのはこの酒であるとか、この酒はどんな料理に合うのかを教えてあげるような酒販店が少なくなった」とおっしゃっていた。地酒の酒造メーカーや酒販店を含めて、消費者ニーズに応えられる取り組みが求められる。そこで、次のような取り組みを提案させていただいたが、これらが「地場産くるめ」を中心として実現されていくことを期待したいものである。

- ・福岡県内の蔵本のうち約6割近くが筑後地区に集中しているが、知名度は以外と低いように感じる。そこで「筑後の酒」をPRするため、統一ラベルやパンフレットを作成。
- ・「筑後の酒」のPRと販売促進を兼ねたフェスタを開催。ここでは筑後の酒の歴史や酒の美味しい飲み方や料理との組み合わせセミナーを開催する。
- ・全国的には発泡酒系の清酒も製造されてきているので、有志を募り新製品の開発に取り組む。
- ・筑後地域の料理とお酒との組み合わせを考えてみる。

中国製に負けるな！久留米籃胎漆器

籃胎漆器というものをご存じであろうか。私は、見たことはあつただろうが、これが籃胎漆器であるという認識はなかった。

籃胎漆器業界の振興策の提案のため、籃胎漆器について調査して分かったことをいくつか紹介したい。

籃胎漆器とは

籃胎漆器とは、竹で編んだ籠に何層にも色の異なる漆（最近ではウレタン樹脂が多い）を塗り、それを研ぎ出しして、竹の編み目に何層もの漆が重なった層を見せ、模様としている漆器である。材質が竹であるので非常に軽くて丈夫である。しかし、工程に手間暇がかかっているため価格は安くない。直径35cm程度の盆で6,000～7,000円程度である。

お茶の入った湯飲みなど運ぶ際、上にのせているものが、ただでさえ重たいのに、その上盆が重いと運びづらくなってしまふ。そこで便利なのが籃胎漆器である。非常に軽いため、運ぶのが便利である。ただ、この軽さだけを求めるとプラスチックで代用が可能になる。しかし、籃胎漆器のユーザーのほとんどは自然素材にこだわり、プラスチックの安っぽさを嫌う方々である。籃胎漆器は久留米（福岡県）で発達し、久留米市内の籃胎漆器業者は4社、このほか八女市内に2社、元々久留米地域にいた職人が別府で工房を持ち、生産し



籃胎漆器製品の定番お盆



購入した人の工夫次第でいろいろな使い方ができる(フランスパン入れ、ホーク・スプーン入れなど)

ている業者が1社、また、良質の漆が採れる輪島地域、良質な竹が採れる高松地域にはそれぞれ籃胎漆器の作家がいる。

籃胎漆器の歴史

籃胎漆器は古くから中国で発達しており、宮城県の是川遺跡から中国製の古い籃胎漆器も発掘されている。

1700年代、久留米藩主が京都の名高い塗師を招き、久留米を漆器の産地とした。また、久留米地域では良質な竹が採れたため籃胎漆器の産地としての下地が整っていた。

1800年代後半、ある茶人が竹籠に漆が塗られた中国の籠を見つけ、どうにかして復元しようと名竹細工師、名塗師に依頼してできあがった。

明治後期頃には生産額が増え、久留米地域の米の生産額の半分にも達し、欧州やアジア諸国にも輸出されていた。

中国製がかなり入り込んできている

籃胎漆器の価格は、中国製が日本に出回る昭和40年代前までは業者間で決められていたが、それ以降、価格破壊が起こりはじめた。籃胎漆器業者のうち、全工程を自社工場で行う業者は2社(久留米、八女各1社)のみである。この他の業者は中国より竹籠、または半完成品を輸入し、最終の仕上げを国内で行っている。最近では中国製籃胎漆器が100円ショップにも並ぶようになってきている。

一方、中国の籃胎漆器でも質の高いものがあり、国内のものとはほとんど変わらず、国内の業者のものより少し安く売られている。最終仕上げのみ国内で行う業者もこれらに似た価格で売られることが多い。こうなると、全工程を国内で行う業者は職人の人件費だけで中国製の籃胎漆器以上の価格になってしまい、価格競争にうち勝つのは大変で

ある。

籃胎漆器振興に向けて

籃胎漆器のユーザーは少し高い価格のせいでもあるが50~60代以上の世代がほとんどである。今の若い方は、存在自体知らないことが多いのではないだろうか。まず、籃胎漆器を知ってもらうことが大切である。また、使い方の提案も必要である。

少し洒落たインテリアショップではものを陳列するだけでなく、テーブル、イスからランチョンマット、食器、花卉など様々なアイテムを使ってダイニングやリビングをつくりだしており、それぞれのアイテムの使い方、見せ方、組み合わせ方を提案している。籃胎漆器もしかり、陳列するだけではなく、どのようにえるか、そのヒントとなるような見せ方を考えていく必要があると思われる。

最近では、何に使うか分からないような品物が売れてるそうだ。一人暮らしの私には日常生活に必要な籃胎漆器製品がなかなか見つからず、まだ何も買ってない。まずは、この「何に使うか分からないもの」で気に入ったものがあれば買ってみたいと思う。