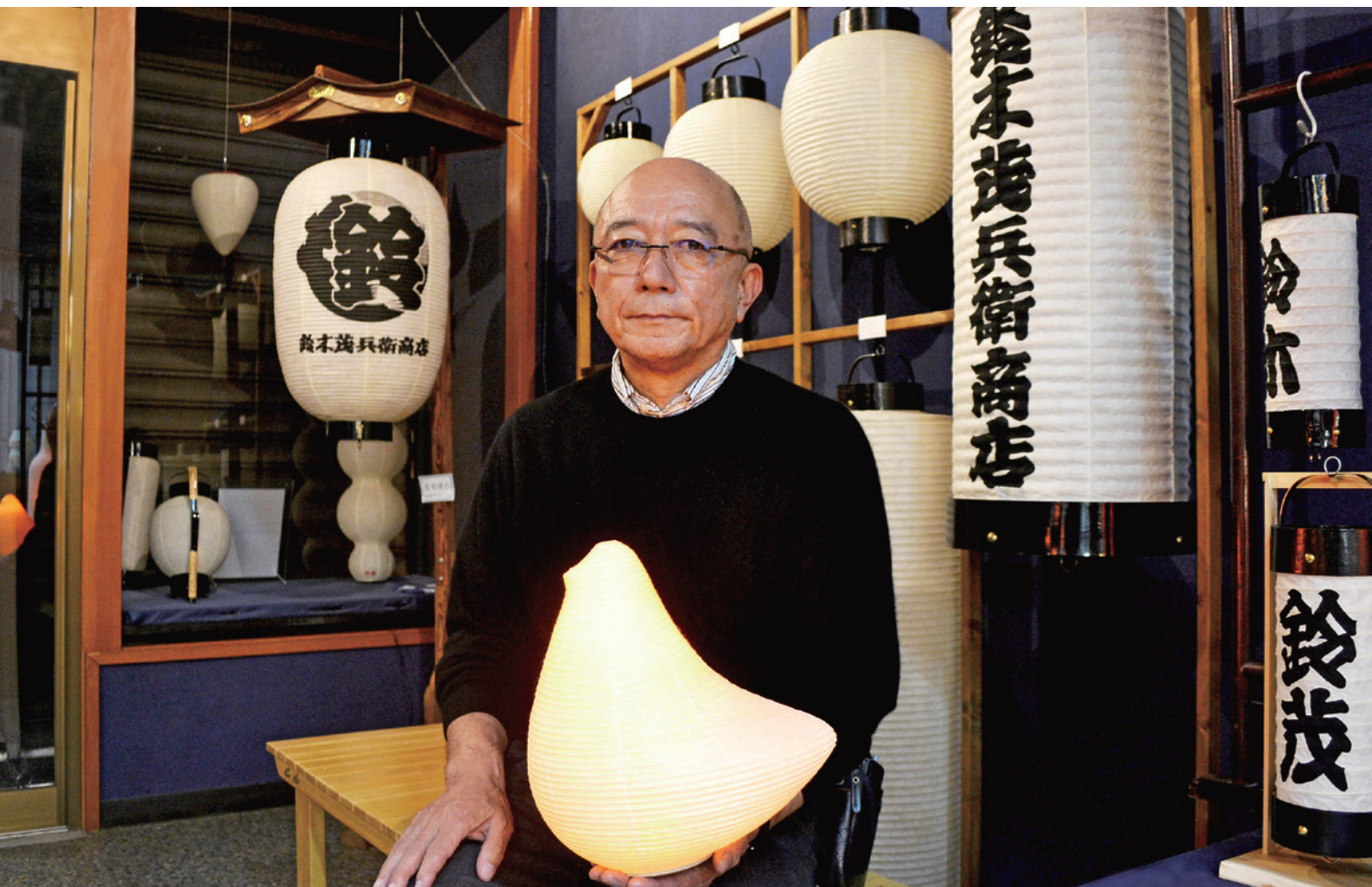


株式会社 鈴木茂兵衛商店

代表取締役 鈴木 隆太郎 氏



水戸市に本社を置く株式会社鈴木茂兵衛商店は、七代続く老舗の「水府提灯」専門店で、その歴史は約150年を誇ります。

同社は、1865年(慶応元年)、四代目の鈴木茂兵衛が創業して以来、奉納提灯、祭提灯、看板提灯、盆提灯など幅広く手がけてきました。

その後、日本人の生活スタイルの変化を受け、同社は一升瓶型など新しいデザインを発表、また、アーティストのミック・イタヤ氏とコラボレーションした「すずも提灯」を立ち上げるなど、新しい事業を展開しています。

提灯を“三次元のキャンパス”だと捉え、果敢に挑戦し続ける鈴木社長の想いをお聞かせいただきました。

インタビュー日：2018年11月28日
〔聞き手：筑波総研(株) 専務取締役 藤咲耕一〕
〔文・写真：筑波総研(株) 研究員 富山かなえ〕

企業概要

工 房：茨城県水戸市袴塚1丁目7番5号

創 業：1865年(慶応元年)

事業内容：提灯(奉納提灯、祭提灯、看板提灯、盆提灯、ビニール提灯など)の製造・卸売・販売

従業員数：6名

「水府提灯」の歴史や特徴についてお聞かせください。

「日本三大提灯産地」に息づく老舗の提灯店

提灯は、室町時代から続く日本の伝統工芸品の1つであり、自在に折り畳むことができる照明器具として、長年人々から親しまれてきました。

その昔、提灯は着物の袂に入れ、必要な時に取り出して夜道を照らす懐中電灯のような役割を担っていました。また、暗がりでは人の顔が照らされることから、家に近づいてくる者をすぐに識別できるという利点もありました。

私が生まれた家は、七代続く老舗の「水府提灯」専門店で、その歴史は約150年を誇ります。1865年（慶応元年）、四代目の鈴木茂兵衛が創業して以来、奉納提灯をはじめ祭提灯、看板提灯、盆提灯など幅広く手がけてきました。

「水府」とは水戸地域の別称です。水府提灯は、水戸藩内に住む下級武士の内職として広まり、次第に水戸藩の奨励産業となっていきました。

あまり知られていませんが、実は、水府提灯は岐阜県の「岐阜提灯」、福岡県の「八女提灯」とともに、「日本三大提灯産地」と並び称され、日本の伝統工芸を支えてきました。

丈夫な「西ノ内和紙」を使用

「水府提灯」の特徴は、「堅牢、質実剛健」です。提灯には、約350年の歴史を持つ常陸大宮市の「西ノ内和紙」を使用してきました。この和紙は、水につけて絞っても破れないという、和紙の中でもひととき丈夫な和紙として知られています。

水府提灯は、一本一本を輪にした竹ひごに糸を絡め、円形にしながら形にしていきます。螺旋状に巻き上げる岐阜や八女提灯より、約5倍の製作時間がかかりますが、その分、丈夫な構造に仕上がります。また、きれいな円状にするためには、竹の節の凹凸がない部分を見極めながら作る必要があります。

このように、水府提灯は、“丈夫な提灯”として隆盛を極め、その評判は江戸から東北地方まで広がり、最盛期には、水戸市内に30以上の提灯専門店が軒を連ねました。

事業概要や鈴木社長のご略歴、提灯を取り巻く時代の変化などについてお聞かせください。

業界の常識を破り、新たな技法を模索

四代目が創業した後、当社は1951年（昭和26年）に有限会社として法人化、1995年（平成7年）には株式会社に組織変更しました。

私自身は茨城高校を経て、京都にある龍谷大学に進みました。大学卒業後は、家の事情ですぐに当社へ入社しました。その後、修行を積み、1987年（昭和62年）に代表取締役役に就任しました。

私が34歳の頃、大きな出来事がありました。盆提灯には、手書きで家名や家紋を入れるのですが、お盆が迫る6月後半からの約1ヶ月間、毎日夜中2時まで作業しても終わりが見えてこない状況が続いてしまったのです。

加えて、納品を心待ちにしているお客さまからの電話が工房に鳴り響き、「このままでは、本当に死んでしまう…」という危機感を持ちました。

そこで、当社は国産のカッティングマシンを導入し、文字や家紋の形に薄い粘着シートを切り出して提灯に貼り付けるようにしました。立体的な提灯にシートを貼るのはとても難しく、3～4年間の試行錯誤を経て、ようやく完成しました。

時代の先を読み、技術や考え方を変化

当時、当社が導入したシート加工の技術に対し、手書き重視の同業他社は「こんなもの、偽物だ」と非難しました。しかし、納期を短縮することができ、加えて、手書きのムラも避けることができるため、お客さまからは喜ばれました。

現在では、「手ブレや染ムラは、手書きならではの味がある」と手書きの魅力を理解して注文してくださる方、一方で、「きちんとした形で意匠を表現できるので、カッティングシートでお願いしたい」と選んでくださる方など様々です。

今では、家紋のソフトなども発売されており、正直、「時代の先を行き過ぎた」と感じています。しかし、先代たちが守り伝えてきた伝統を次代につないでいくためには、現代に合わせて技術や考え方を変化させていくことがとても重要であると、改めて感じることができました。



これまでの歴史を語る鈴木社長

安定していた盆提灯の需要が激減

当社は盆提灯をはじめ、奉納提灯や祭提灯、看板提灯などを手がけ、売上の半数は盆提灯が占めています。業界全体をみても盆提灯や祭事関係の提灯の需要が多く、際物業界といえます。

盆提灯は、亡くなる方を弔うお盆の風習を背景に、長年、安定した売上を見込んできました。一方、出生率の低下により、同じ伝統工芸品である雛人形の需要は縮小していきました。

私たちは「提灯業界は新盆さんに盆提灯を提供できるから安心」と、その様子を“対岸の火事”だと楽観視していました。しかし、10年ほど前から、盆提灯が突然売れなくなってしまったのです。

風習が途絶え、時代の岐路に立つ提灯業界

提灯は戦前までは需要がありましたが、高度成長期を迎えると、日常生活から徐々に姿を消していきました。しかし、盆提灯など安定した需要があり、また、手作りにこだわることで、大企業は入り込めない産業だと自負していました。

しかし、近年では家族葬も増え、新盆でも盆提灯を飾らなくても良いという方たちが増えました。このような変化が見られるようになったのは、団塊世代が親を見送るようになった頃です。

長男は以前と変わらずお盆を迎え、その風習を子どもたちにも引き継いでいきましたが、次男や三男、そしてその子どもたちは、盆提灯と疎遠になり、それを咎める親戚も少なくなりました。

究極を言えば、「仏様をお迎えする心があれば、装飾は不要である」ということかもしれません。今、提灯業界は、時代の岐路に立たされています。

御社の転換期と自社ブランド「すずも提灯」の開発経緯についてお聞かせください。

今までにない新しい提灯デザインの模索

私はこのような状況を受け、「これからの時代は受身でなく、能動的に市場を開拓しよう」と決意しました。そこで、当社は伝統的な型の提灯だけでなく、一升瓶型やワイン瓶型など、今までにないデザインに挑戦していきました。

作品の原点となったのは、20世紀を代表する彫刻家イサム・ノグチ氏の「AKARI」シリーズです。彼の作品から、照明器具が表現できる可能性の広さに気づくことができました。

幼なじみのアーティストとの再会

今から10年前の2008年(平成20年)、水戸の偕楽園で行われている「夜・梅・祭」の実行委員会から、「偕楽園内にある『好文亭』を水府提灯で装飾してみないか」と、誘いを受けました。

その時、幼稚園から高校まで一緒だった幼なじみでビジュアルアーティストのミック・イタヤ氏の存在を思い出しました。彼は幼い頃から当社の工房に出入りし、提灯には慣れ親しんでいました。卒業後、30年間も会っていませんでしたが、「一緒に遊んでみないか」という気持ちで誘ったところ、快い返事がありました。

その後、雲や植物、鳥、人の横顔などを模した斬新なデザインを生み出すミック氏とコラボした提灯は、自社ブランド「すずも提灯」の「MICシリーズ」として発表しています。現在は、都内の百貨店などにも並び、個人宅や店舗を彩るインテリアとして大変好評をいただいております。



MICシリーズ「梅」 画像提供：(株)鈴木茂兵衛店

「すずも提灯」の特徴や受賞歴、他業界とのコラボレーションについてお聞かせください。

「グッドデザイン賞」を受賞

「すずも提灯」は、「昼める」を基本に、人間の癒しに効果が高いといわれるローソクの灯の「1/f ゆらぎ」をLEDで再現しました。

また、提灯には音感センサースイッチが付いているため、消灯時にしゃがんだりするなど身体への負担や暗がりですwitchを探す煩わしさを軽減することができます。

さらに、「起き上がり小法師」の仕組みを採用し、提灯の転倒と落下を極力防止すると同時に、ユーモラスな「動き」の要素を加えています。

このような特徴が高く評価され、2012年、MICシリーズ2種と瓶型提灯が「グッドデザイン賞」を受賞、また、DEN-CONシリーズ、ICHI-GOシリーズが「いばらきデザインセレクション2012」の「知事選定」に選ばれました。



MICシリーズ「つぼみ」「古代藁」
画像提供：(株)鈴木茂兵衛店

草間彌生氏とのコラボレーション

2015年には、世界的アーティスト草間彌生氏からの依頼で、北欧4カ国を巡回する展覧会に、40個の大きな提灯を提供させていただきました。会場には無数の提灯が揺らめき、草間氏独特の水玉の世界が生まれました。

また、2016年の夏には、東京都指定有形文化財の木造建築である「目黒雅叙園」からお声掛けいただき、イベント「和のあかり×百段階段」にて、夜空に瞬く無数の星を表現したシャンデリアなどを提灯で演出しました。

今後の事業戦略と伝統工芸品への想いについてお聞かせください。

提灯は、“三次元のキャンパス”

私は、提灯を“三次元のキャンパス”だと捉えています。約150年の間に培われた技術と現代に沿う新しいアイデアを組み合わせることで、提灯の可能性は無限大に広がっています。

近年では、海外のデザイナーから依頼を受けて商品を開発しました。まだまだ言葉の壁を越えられませんが、今後、海外デザイナーからのオーダーをスムーズに受けられる体制づくりが必要だと考えています。

また、ショッピングモールなどで開催している提灯づくり体験などを通して、少しでも提灯に興味を持つお客さまが増えることを願っています。

今までにない新しい提灯デザイン

近年、日本を訪れる外国人旅行客が増えたことで、日本の伝統工芸品に光が当たるようになりました。当社の提灯も、これまで多くのメディアに取り上げていただきました。

注目を浴びた人は、このような現象に踊らされてしまい、人気が出たと錯覚してしまうでしょう。しかし、私は、しっかりと地に足を付け、信念を貫いていくことが必要だと感じています。

これからも、「提灯の美しい 新しい 楽しい を日本から」というコーポレートメッセージのもと、少数精鋭で濃い事業を展開し、創造的な提灯を生み出し続けていきたいと考えています。

この度は、長時間にわたり貴重なお話をお聞かせいただきまして、誠にありがとうございました。御社の今後益々のご発展をご祈念いたします。



鈴木代表取締役(中央)、水戸営業部 原部長(右)と
聞き手・藤咲耕一