

木工みやげ品に関する試験

石 原 義 久

Study on the Local Souvenirs in Yamanashi, Japan.

Yoshihisa ISHIIHARA

Abstract Designing and manufacturing of new wooden-made local souvenirs were conducted in 1963 to 1964, which were;

Wooden-graved Mt. Fuji,

Rhododendron leaves-shaped wooden pentray,

Cake bowl carved with Takeda diamond-shaped crest of Tochi wood and

Hors d'oeuvres bowl of Katsura wood.

Market-researching of these materials were done in the summer of 1964 with the cooperation of several souvenirs shops in the Mt. Fuji National Park as well as in the Kofu basin.

This results showed that the wooden-graved Mt. Fuji was highly recommended as the best souvenir by the customers and merchants.

The local souvenirs manufacturing co-operative was organized among people in Narusawa, Yamanashi on March, 1965 to promote making this wooden-graved Mt. Fuji.

要 旨 昭和38年と39年にわたり、次の壁かけ、盆、皿類など6品目、10種類について430点を試作し、これを昭和39年に委託販売した。

富士山木彫壁かけ

シヤクナゲ葉形ペン皿

武田菱紋様入菓子皿

胴張形菓子皿セット

オードブル盛分盆

富士五湖周辺および甲府市で販売してみたところ、富士山の壁かけは観光客およびみやげ品販売店の間で極めて評判のよいことがわかった。また、木工みやげ品の生産意欲についてききとり調査をおこない、もっとも関心が深かった富士山麓の鳴沢村で講習会を開き、富士山の壁かけの技術指導をおこなった。この結果、昭和40年3月には受講者によって生産組合が結成された。

は じ め に

さいきん観光は国民生活にとってきりはなせないものとなり、観光シーズンも従来の二季型から四季型に変わりつつある。山梨県を訪れる観光客は県商工課の調査によれば昭和38年に1,100万人を越え、消費額においても110億円にのぼるといわれている。¹⁾本県の観光資源はすこぶる豊富であり、わが国のみならず世界的にみても第一級の素質をもっているといっても過言ではない。このように恵まれた観光対象があるにもかかわらず、観光客を満足させるような郷土色ゆたかなみやげ品はすくなく、またその産地も大部分は他府県である。²⁾

もともと土産品とは、書いて字のごとく、その土地の特産品であるのが本来の姿であり、またこの意味でのみやげ品こそもっとも観光客に喜ばれるものと考え。山梨県は4分の3が山地で占められる山岳県であり、自然の風景とともに木材の資源にも恵まれている。そこで木工みやげ品を開発し、本県の特産品としたい考えである。

この試験をおこなうにあたり、御教示いただいた産業工芸試験所、資料をよせられた山梨県商工繊維課、また協力を惜しまれなかった観光業者の方々に深く御礼を申上げる。

最後に、安藤愛次場長、林良次技師をはじめ当試験場員各位よりあたたかい御指導と御鞭撻をいただいたことを感謝する。

1. これまでに試作した品目

委託販売試験をするため、第1表のように6品目、10種について400点余を作成した。

第1表 試作品の形状と原価

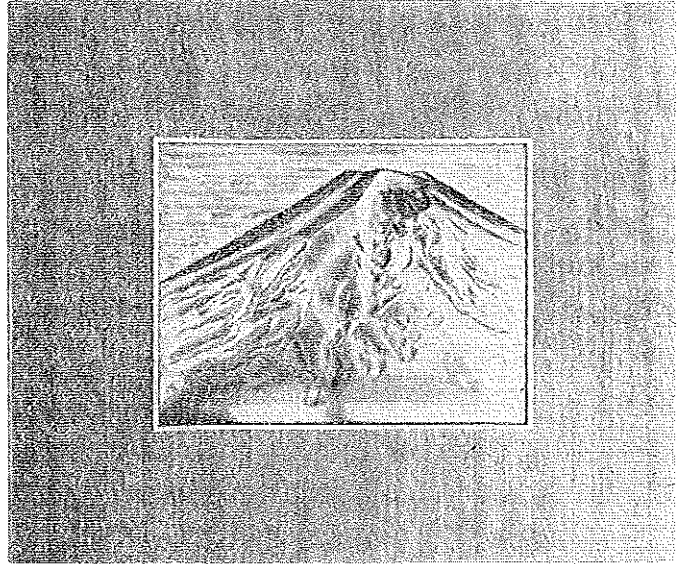
品 目	大 き さ mm	か た ち	原 価 円
壁 かけ (大)	480×400	長 方 形	2,000
〃 (中)	400×330	〃	1,200
〃 (小)	360×300	〃	1,000
〃 (石膏)	180×130	〃	160
ペ ン 皿	240× 65	長楕円形	140
菓 子 皿	直径 255	円 形	350
菓 子 皿 セ ッ ト	(大) 230×230 (小) 130×130	方 形	1,000
給 仕 盆	235×235	〃	350
盛 分 盆	265×265	〃	400

備考：菓子皿は塗装により2種類を試作

1) 壁かけ (写真1)

日本人ならもちろん、とおい海外から訪れる観光客も富士山的美しさには魅せられるものである。富士の景観のなかでもとくに夕陽に映える富士はすばらしく、これは赤富士とよばれ、広く絵に画かれ、詩にうたわれてきた。壁かけの本体はこの美しい富士の姿をカツラ材に浮き彫りして、カンユー塗料を吹付け、研出し仕上げたものである。額の部分はウオールナット合板あるいは布地を用いたのも試作した。壁かけの大きさも大、中、小の3種類を作ったが、なお木彫したものを原型として石膏製品も作ってみた。

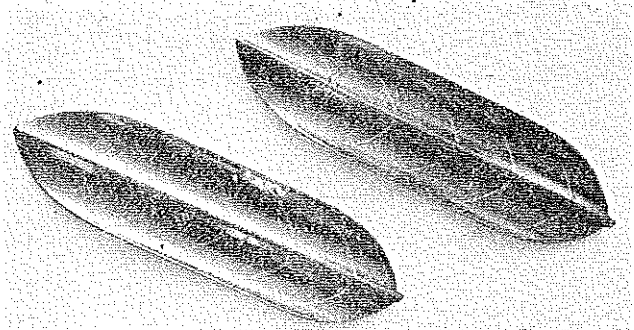
写真1



2) ペン皿 (写真2)

富士山におおい高山植物の一つであるシヤクナゲの葉を形どった。下塗にはカンユーの暗い赤色をもちい葉脈を赤色で筆書きし、さらに上塗に赤黒色をうすく吹きつけ、葉脈だけを赤く研出し仕上げたものである。

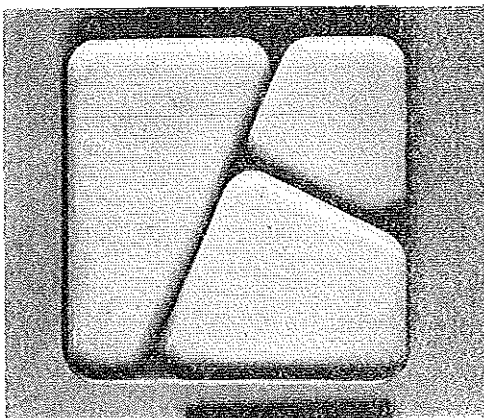
写真2



3) 菓子皿

トチノキの木目の美しさを生かし

写真3



て透明の塗料をぬり、武田菱の紋様を金箔でつけたものと、朱色のカンユーで塗りあげ、それにおなじく武田菱の紋様を配したものと2種類を作成した。

4) 菓子皿セット

武田菱を浮きださせ金箔をはった菓子皿のセットである。これはロクロで丸く作ったものを胴張形の四角にカットして力強さを強調し、なお塗料にはカンユーの黒艶消しを用いて、重みと落付いた感じをだしてみた。

5) 給 仕 盆

武田信文が用いたという軍配を形どり、ルーターマシンでくりぬいて、黒地に武田菱の金箔をはって仕上げたものである。

6) 盛分盆 (写真3)

オードブルや菓子などを盛分ける盆で、材料にはカツラを用いた。表はほどよく面分割をし、塗料はカニューを用いて朱色のなかに黒い線のアクセントを求めた。

2. 委託販売した結果

昭和39年5月20日から、甲府市に1カ所、山中湖地区に2カ所、河口湖地区に3カ所、計6カ所の観光みやげ品店をえらび試作品を販売してみた。委託手数料を第1表の原価に対し3~4割とし、それぞれの製品ごとに販売価格をきめた。

2カ月たった7月20日第1回の売上げ調査をおこない、その後20日たった8月10日に最終的な販売数量をとりまとめた。はじめの計画では観光シーズン中、すくなくとも8月末までは委託販売する予定であったが、品目によっては売切れてしまったものもあり、補給することもできなかったので80日間で打切ったわけである。60日目と80日目にしらべた品目別の委託および販売は第2表にしめすとおりである。

第2表 委託数量と販売数量

品 名	委託数量	販 売 数 量	
		7月20日現在	8月10日現在
壁 か け (大)	30	10 (33)	15 (50)
〃 (中)	30	8 (26)	12 (40)
〃 (小)	30	19 (63)	22 (73)
〃 (石膏)	30	15 (50)	22 (73)
ペ ン 皿	180	47 (26)	73 (40)
菓 子 皿	60	2 (3)	8 (13)
菓 子 皿 セ ッ ト	9	1 (11)	1 (11)
給 仕 盆	30	0 (0)	3 (10)
盛 分 盆	30	0 (0)	0 (0)
計	429	102 (23)	156 (36)

備考：()は委託数量に対する販売数量の比率を示す

80日間に429点のうち36%にあたる156点が売れたが、7月20日までに約100点、その後の20日間で50点というように、7月から8月にかけておおく売れた。

品目別には富士山の壁かけ、とくに(小)が成績よく、6カ所のうち3カ所では7月中にすべて売りつくしてしまった。ペン皿は甲府が2割程度の売れゆきであったが、富士山麓では約5割が売れた。

これらにくらべて菓子皿、盛分盆、給仕盆の販売成績はいずれもあまりよくなかった。なかでも盛分

盆は30点を委託したが全く買い手がつかなかった。菓子皿は甲府で10点のうち5点が売れたが、富士山麓では50点でわずかに3点しか売れていない。

販売店によって、おなじ地区でも成績が相当に差があった。これはおもにその店の位置によるのであるが、なお製品の展示方法も成績を大きく左右しているようであった。

3. 試作品についてのアンケート

試作品にはアンケート用のハガキをそえて、買上げの動機、製品に対する批判などを記入してもらった。また販売店にも試験の目的を説明して、製品についての批判や売ったときの購入者の反応などをきいてみた。

1) 買った人の意見

アンケートが返ってきたのはわずかに14通で、売れた点数の1割にも達しなかった。したがってごく一部の意見ではあるが、今後の参考にまとめてみると次のとおりである。

富士山の壁かけについては6通のアンケートがあったが、買った動機は富士登山あるいは五湖遊覧の記念品ということが共通していた。製品についてはデザインがよく、値段も手ごろであるとの意見がおおかった。ペン皿には8通の意見がよせられたが、デザインのよいことが買上げの動機にあげられていた。値段が安すぎるという意見もあった。このほか盆、皿類にブドウの房と葉を浮彫りしてはどうか、などのように地方色をデザインにとり入れる方がよいとの意見がおおかった。

2) 売った人の意見

富士山の壁かけで和室向のものも考案されたい。また額のバックに黒のビロードの布地を用いたものはほこりがつき易いので改良されたいなどの意見がよせられた。

また富士山麓の売店からは、外国人も買うので、製品の英文説明をつけられたいとの希望があった。各店から高価なみやげ品がよく売れるのは、観光客のもっともおおい7月よりもむしろ秋口なので、その時期に販売したいという要望があった。

4. 試作品に対する考察

以上の販売試験、およびアンケートの結果から、試作品について検討を加えてみよう。

まずみやげ品のデザインには郷土色をとり入れることが絶対に必要だと考えられた。委託販売において、郷土色の入らない盛分盆が全く売れず、買った人あるいは売った人の意見にもみやげ品に郷土色を盛ることの必要性がとかれている。さらにおなじ山梨県内でも地域的なローカル色をデザインにとり入れた方がよさそうに思われた。シャクナゲを形どったペン皿が富士山麓でよく売れ、武田菱の菓子皿が甲府でしか売れなかった。

販売試験とアンケートを通じて好評であったのは富士山の壁かけであった。そのなかでも大きさが縦30、横36cmの(小)がもっともよく売れたが、これは富士山そのものをデザインしたことがみやげ品として好まれ、大きさも手頃であったためと考える。(中)は既述のようにバックが布地であったので

販売成績が落ちたものであろう。

菓子皿、盛分盆あるいは給仕盆がいずれもあまり成績がよくなかった。これら製品のデザインにはなお検討の余地があるにしても、原因はおもにプラスチック製品の進出によると考えられた。盆や皿の実用品においてはプラスチック製品の品質が向上し、値段も安いため、今後これらの製品に対抗して木工品をつくることはむずかしいと思われる。ただみやげ品として実用的な面ばかりでなく、記念品あるいは芸術的な価値をもたせるのであれば、一品生産としての手工芸的な加飾、たとえば彫刻を施すことが必要と考える。今回の委託販売においても、彫刻を施した製品は6割ちかく売れていたが、塗装だけのものは3割程度の売れゆきであった。

以上のような考察から、当面の生産指導としては富士山の壁かけにしぼり、今後の試作品においても彫刻を施した工芸的なみやげ品に重点をおくこととした。

5. 木工みやげ品の生産意欲の調査

昭和39年8月から10月にかけて、山梨県林業試験場により県下5町村において私有林業の実態調査がおこなわれた。この調査は林野の所有面積をもとに階層区分し、各階層から抽出した林家を個別に訪問し、ききとり調査をするものであった。そこで質問のなかにつきの項目をとりいれた。

副業あるいは主業として木工みやげ品を作りたいと考えているか。

- 1, 考えていない。
- 2, 指導してくれるなら考えてもよい。
- 3, 指導してくれるならぜひ考えたい。

この調査結果は第3表のとおりである。

第3表 木工みやげ品生産への意向調査

郡 市 町 村	南巨摩	北巨摩	東山梨	北部留	南都留	計
	富沢町	双葉町	牧丘町	上野原町	鳴沢村	
考えていない	6	3	6	7	6	28
考えてもよい	1	5	4	1	3	14
ぜひ考えたい	0	0	0	0	2	2

各町村で10戸内外をしらべたが、返答のあったのは44戸である。林業がさかんで木材資源のおおい富沢町、上野原町では木工品に対する関心度は極めて低かった。逆に林野面積がすくない双葉町や牧丘町では関心がたかい傾向がみられた。鳴沢村は林野面積はひろいが富士山麓の観光地にあり、地元でみやげ品を作りたいという意欲がこの結果にあらわれていると考えられた。そこで製品説明会を鳴沢村と牧丘町で開催したが出席者もおおく、質問も活ばつで、両地区とも木工みやげ品の作成には相当の意欲のあることを現地で確かめることができた。

6. 富士山壁かけの生産指導

販売試験とアンケートによる市場調査と生産意欲の調査結果をもとにして、富士山麓の鳴沢村において、富士山の壁かけの生産技術を指導することにした。

それに先だちまずどの位購売力があるかを検討してみた。観光連盟の調査によると山梨県を訪れる観光客のうち、みやげ品を買いあさい壁かけをえらぶ人が8%であり、絵はがき、こけし、水晶細工、ブドウについて壁かけは第6位をしめている。また山梨県の観光地になにを望むかという質問に対して、道路、サービス、施設の改善、自然保護につづいて、みやげ品の改善があげられている。

昭和38年の観光客数は1,100万人であったがこれらの人々のうち半数がみやげ品を買い、そのうち8%が壁かけをえらんだとしよう。また何種類かある壁かけのうちで富士山の壁かけの買う人が5%と仮定すると次のような計算になる。

$$1,100\text{万人} \times 0.5 \times 0.08 \times 0.05 = 2.2\text{万人}$$

すなわち、1年に2万個は売れることになる。

一方、富士山の壁かけの生産能力は、1人あたり1カ月で75枚、1年間では900枚程度である。したがって、2万枚の需要をみたすには20数名の生産者が必要ということになる。

なお、今後の見とおしとして、山梨県では昭和45年に2,000万人の観光客を推定している⁵⁾。富士山の壁かけの購買関係についての諸係数が現在のままだとしても、昭和45年には4～5万枚が売れると考えても過大評価ではあるまい。

以上のような検討に立って、県商工繊維課とも連絡して次の方針をたてた。昭和40年1月から2月にかけて技術講習会をひらく。受講者は20名で1週間のうち月曜から水曜まで3日間つづき、3週間にわたり延9日間に富士山の壁かけ、とくに彫刻について講習する。受講者は男6名、女22名、計28名が参加した。大部分が農林業に従事する人で女性はほとんど主婦であった。木工技術については素人が大部分であったが、予想していたより技術の向上が早かった。

昭和40年3月には、これら受講生が中心となって富士北麓土産品生産組合を結成し、ようやく富士山の壁かけも地についた生産がはじめられるようになったわけである。

お わ り に

昭和39年度の第12回全国試験所作品展が11月に東京、晴海町で開かれたが、その際に富士山の壁かけを出品し批判を仰いだ。産業工芸試験所の藤井左内所長の講評に「この展示会は試作品を通じて各試験所の研究発表の場とされているが、研究にもっとも大切なことは、そのテーマの選定であり、開発の方法、手段である。とくに地方公共試験機関のばあい、その目標を集約して効果的な成果を求める努力が欲しい。」として当场から出品した富士山の壁かけを引例された。すなわち、「山梨県林業試験場出品の富士山の壁かけは、観光土産品の開発のために市場調査や技術を分業システムにより容易に習得させるよう努力され、一つの特産品にまで高め得たものとして興味がある。」と述べられた。この講評は筆者にとって極めて力強いものであった。これからも試作を続け販売してみようみやげ品を開拓したい

考えである。なお富士山の壁かけについては輸出品としての品質を検討したいと考えている。筆者がおこなう木工みやげ品の試験，あるいは発足したばかりの生産組合も今後の問題が山積しているのでおおくの方々に御批判と御支援をお願いする次第である。

引 用 文 献

- 1) 山梨県観光課：昭和38年観光客動態調査結果．4 pp, 1964.
- 2) 山梨県：産業振興基本計画．339pp, 1961.
- 3) 山梨県観光連盟：観光客世論調査結果報告書．15pp, 1964.
- 4) 山梨県：山梨県県勢振興基本計画．326pp, 1964.
- 5) 中小企業庁他：第12回全国試験所作品展報告書．46pp, 1965.