

論 説

愛媛県四国中央市における水引産業の存続形態

淡野 寧彦 (地域資源マネジメント学科)

井坂 万由 (アイオ株式会社)

A Sustainability of Mizuhiki Industry in Shikoku-chuo City, Ehime Prefecture

Yasuhiko TANNO (Regional Resource Management)

Mayu ISAKA (Aio Co.)

キーワード：水引、地場産業、内職者、愛媛県四国中央市

Keyword：Mizuhiki, Local Industry, Homeworkers, Shikoku-chuo City, Ehime Prefecture

【原稿受付：2019年7月4日 受理・採録決定：2019年7月16日】

要旨

本稿は、長野県飯田地域と並んで全国における水引の二大産地となっている、愛媛県四国中央市の伊予水引産業を対象として、現地調査をもとにその存続形態について考察した。四国中央市における水引産業は、和紙の原料となる楮などの存在を背景に、元結製造からの転換品目として明治期以降に次第に発展した。第二次世界大戦後は、金封をはじめとする祝儀用品の需要拡大や多様な水引製品の開発などを通じて、水引産業は拡大した。一方で1990年代以降は産業の縮小傾向に直面し、効率的な生産体制の構築や新たな需要開拓などの必要性が生じた。水引や水引製品の製造工程において、前者はほぼすべてが機械化されているものの、多種多様な製品供給が求められ、後者では現在もなお手作業による工程が多く残っている。こうした状況が、大量安価に販売される一部の水引製品を除いて、製造工程が海外に移管されることの歯止めとなり、四国中央市に水引産業の中核拠点が存在し続ける要因となっていることが考えられた。さらに製造工程における手作業の多さは、四国中央市やその近隣地域において多くの内職者を確保する必要も生じさせ、このことも四国中央市を中心とした水引産業の展開を維持する要因となっていた。ほかにも、高い技術を要する水引細工の製造・活用や、行政などとの連携による水引の普及・啓発活動、および伊予水引金封協同組合による若年層を対象とした文化の伝承や後継者育成の働きかけなどにより、四国中央市における水引産業が存続していることが明らかとなった。

1. はじめに

地域の自然環境に強く影響を受けるかたちで成立した様々な特産品生産は、明治期における製造工程の工業化や、1960年代の高度経済成長期における需要拡大などによって地場産業へと発展した(板倉、1981)。一方で、1980年代以降になると、経済のグローバル化による製造拠点の海外移転や安価な輸入製品の流入などにより、日本各地の地場産業は大きな影響を被り、その多くで産地の縮小がみられる(勝又、2015)。こうした状況に注目した先行研究は多々存在するが、例えば筆者のうち淡野も、長野県諏訪地方における天然角寒天産業を取り上げ、代替商品の台頭や生産適地の減少などの様々な諸課題に産地が直面している実態を示すとともに、実需者が求める良質な寒天の供給や、寒天の持つ健康効果のアピールなどを通じて、産地の存続が図られていることを明らかにした(淡野、2004)。また筆者らは、岡山県瀬戸内海沿岸地域にお

けるい草生産に注目し、安価な輸入原料の増大によって同地域が国内主要産地としての地位を喪失した一方で、従来の畳製品から土産物や生活雑貨へと生産・販売する製品を転換することで地域内での操業を継続する企業が存在することを明らかにした。さらに、生産量はごくわずかであるものの、地域住民との交流を通じたい草生産の再開やその歴史・文化の継承、またインターネットを通じた情報発信による海外からの観光客誘致といった現象も生じていることにも言及した(池田ほか、2017)。本稿で取り上げる水引産業もまた、冒頭の指摘と同様の問題を抱える地場産業の1つであり、その分析に際しては筆者らのこれまでの研究視点や成果を援用することができると思われる。

水引は、祝儀袋に付けられる帯ひもなどをはじめ、髪飾りや置物にも利用される装饰材料である。国内では愛媛県四国中央市の伊予水引産地と、長野県飯田地域の飯田水引産地が水引の二大産地となっている。

このうち四国中央市は、2004年4月1日に川之江市、伊予三島市、新宮村、土居町が合併して成立した。愛媛県の東端部に位置し、四国地方の他3県と隣接しており、四国内の主要都市を結ぶ高速道路のジャンクションも存在することから、各県の県庁所在地いずれにも、ほぼ1時間で結ばれるという好立地にある。現在、四国中央市においては製紙業が主要産業の1つであるが、これには市南部の法皇山脈において楮、三桴が豊富に採取でき、これが和紙の原料に用いられたという背景がある。全国の市町村単位でみると、四国中央市は紙パルプ産業における製造品出荷額の全国シェアで6.8%を占め、日本最大の紙パルプ産業の集積地域である（鈴木、2017）。こうした環境において、水引産業も発展を遂げ、国内屈指の産地となった。

伊予水引産業の展開について、妻鳥（2003）や井原（2016）は、かつて四国中央市においては元結の製造が盛んであり、その需要の減少とともに製造工程が類似する水引生産に転換したという伊予水引の起源について示した。高津（2009）も水引の由来と製造工程の紹介を通じて、愛媛県における伝統文化の具体例として伊予水引を取り上げている。さらに千代田（2007）は、伝統工芸品としての水引が抱える課題のうち、美術工芸品への活用に向けたデザイン開発に焦点を当て、様々な美術作品製作に水引素材を採用した取り組みが行われており、水引の種類豊富な汎用性の高さゆえに、インテリアなど多方面への展開の可能性があると指摘した。この実態として山下ほか（2018）は、皇室に献上するための水引細工の作成をきっかけとした工芸品としての価値向上や、近年の多種多様な水引製品の開発などを通じて、産地が維持されていることを示した。

また、長野県飯田地域における飯田水引産業に関して、村山（1995）は産地の課題を、①労働者不足への対応、②洋風化した現代社会への対応、③地域的小市場への細やかな対応の継続可能性、の3点で示した。また前田（2014）は、「飯田水引アートフェスティバル」の企画案の提示や、水引市場の縮小は今後も継続することを予測したうえで、伝統的な水引の技法を継承するとともに、新しい水引素材の開発や従来の結びの技法にこだわらない水引の新たな用途の開拓の重要性を指摘した。

以上のように、水引産業は製品の需要縮小が続く中で、産業の存続に向けて大きな転換期を迎えていると位置付けられる。また後述するように、水引製品は複数のパーツが組み合わさって完成品となる場合が多く、かつ軽量であることから、その工程は複数の場所で展開される傾向にあることが特色の1つである。近年では、祝儀用品以外の製品も増加しており、消費形

態の多様化がみられる。こうした特徴をふまえるならば、その供給過程を空間的な視点から分析することが水引産業の存続形態について明らかにするうえで有効と考えられる。そこで本稿では、愛媛県四国中央市における伊予水引産業を対象に、水引企業の経営形態の特色を示すとともに、現代の需要に対応した水引製品がいかに供給されているのかを、関係する企業や組織間の関係に注目して分析することを通じて、産業の存続形態について明らかにすることを目的とする。

以下、本稿の構成とともに研究方法を示す。2章では、水引そのものと伊予水引産業の歴史について既存文献をもとに概観し、地場産業として定着した経緯について述べる。3章では、水引や主な水引製品の製造工程について、伊予水引金封協同組合ウェブページからの情報と聞き取り調査の内容から記述する。4章では、水引製品を製造する企業の経営形態について、伊予水引金封協同組合および水引企業での聞き取りをもとに整理・分析する。とくに、水引製品の供給にあたって、国内外でどのような分業体制が構築されているのかに注目することで、水引企業の経営戦略の特色を空間的に検討する。5章では、水引製品の新たな需要開拓に向けて、伊予水引産地全体として展開されている取り組みに着目し、その特徴と今後の課題について分析する。以上をふまえて、6章で地場産業としての伊予水引産業の特色や今後の展望について若干の考察を行うとともに、7章で全体を総括する。本稿作成のための現地調査は、2017年6～11月に実施した。

以下、本稿で用いる用語の定義として、未加工状態の原材料としての水引を「水引」と記す。これに対して、金銭を包むための封筒に水引を掛けたものを「金封」、水引を伝統工芸士などの職人が主に観賞用の美術的工芸品に加工したものを「水引細工」、水引を使用して別の用途の製品に加工したものをまとめて「水引加工品」と記し、これらを総称して「水引製品」と記述する。この際、水引細工がかけられた金封は「金封」に含み、水引細工を使用した結納品は「水引加工品」に含むこととする。また、原材料としての水引ないし水引製品を製造する企業については、「水引企業」と総称して記述する。

2. 水引の歴史と産業化

1) 水引の歴史

妻鳥（2003）および井原（2016）によれば、かつて隋に渡った小野妹子が日本に帰る際、隋の答礼使からの貢物に、紅白に染め分けた麻ひもが結ばれていたことが水引¹⁾の起源とされる。当時より、この水引は航海の無事と平穏を祈るものであり、誠意を示すものであった。このため、縁起物として宮中への献上品に、

当時では「くれない」と呼ばれていた水引を結ぶことが次第に慣例となった。その後、ひもの材料が麻から紙に変わり、平安中期には髪を結う際にも同じく紙のひもが使われるようになった。室町期以降には、髪を結って髻にするひもとしての元結と贈り物に結ぶ水引について、その使用法の違いによって名称を明確に区別するようになった。

江戸期になると、男性のちょんまげや女性の日本髪のを束ねる元結は生活必需品となり、全国各地で盛んに製造された。しかし、1871年の断髪令とその後の洋髪の普及により、元結の需要は大きく減少した。廃業を迫られた元結業者たちは、製造工程が類似する水引生産に転向した。なお水引は、元結と比較して一般には判別できないほどよく似たものであるが、元結よりも柔軟性に富んでおり加工もしやすい利点もあった。

明治期まで結納や金封にかけられる水引の結びや折型は、ほとんど平面的なものであったが、1916(大正5)年に石川県金沢市の津田左右吉が、鶴亀や松竹梅などの立体的な細工とその折型を考案し、結納飾りや金封に飾るようになった。これが、水引細工の始まりとされる。

2) 伊予水引産業の成立

伊予三島市誌編纂委員会(1986)によれば、江戸中期の元禄年間に、以前から紙の産地であった四国中央市において元結の製造が始まったとされる。元結の製

造は旧伊予三島市の村松町や、旧川之江市の妻鳥町の新浜海岸において信州から来た職人によって始められた説や、阿波または土佐より伝えられた説がある。人口の多い関西方面へ船での輸送が容易であったことも有利な条件となり、元結の製造は活発化した。明治期以降の元結の需要激減に対する打開策として、元結の職人らが当時の水引先進地であった和歌山県に出向いて技術を修得したことが、伊予水引の起源であるとされる。その後も、機械化への転換など試行錯誤を繰り返した結果、1928(昭和3)年の昭和天皇即位の大礼に際して、宮内省から50万本の水引の発注を受けるまでに製造技術は向上し、日本屈指の水引産地として有名となった。第二次世界大戦中には統制のために製造が一時休止されたものの、終戦後に再開された。なお、戦時中に出征兵士へ金銭を包んだ封筒に水引を結んだものが現代の金封の始まりとされ、これを始めたのが四国中央市内の業者であったとされる。戦後は、結納品や工芸品、室内装飾用品などの製品も製造されるようになった。

水引そのものの製造工程の大部分が機械化されて大量生産が可能になると、水引企業は次第に金封製造をはじめとする加工分野に注力して多種多様な新製品を開発し、販路を全国に拡大した。日本における祝儀用品の製造品出荷額の推移を見ると、データの存在する1960年代から拡大を続け、1992年には315億円に達した(図1)。しかし1990年代からの景気低迷のほか、伝統的な水引の需要減少、さらに技術移転した中国か

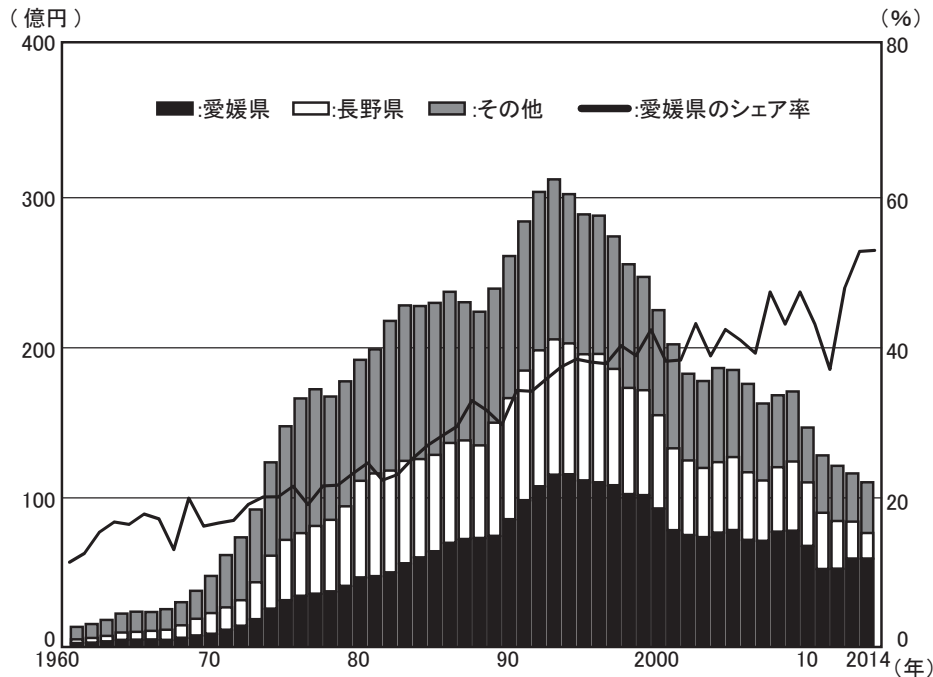


図1 日本における祝儀用品の製造品出荷額および愛媛県の全国シェア率の推移(1960-2014年)
(愛媛県紙産業技術センター提供資料により作成)

ら安価な水引が大量に輸入されるようになったことなどを背景に出荷額は減少に転じ、近年では100億円程度と、ピーク時の約3分の1となった。愛媛県の出荷額をみると、全国的な傾向と同様に推移し、1993年に115億円となった後は減少傾向に転じ、2014年には58億円にまで低下した。しかし、もう一方の水引の主産地であった長野県飯田地域において、和紙製造にともなう公害問題の発生などにより、同地域での水引産業が縮小したことから、愛媛県の祝儀用品出荷額は全国シェア換算で約50%を占めるにいたった。また、当該データが祝儀用品全体を示すものであるため、金封製造による出荷額が愛媛県において大きいこともシェア拡大の一因である(梶原, 2014)。

また、愛媛県および長野県における祝儀用品関連製品製造企業の事業所数の推移をみると、1970年代にはいずれの県でも50社前後存在したが、長野県では1980年代以降、事業所数は急減した。これに対して愛媛県では、微減傾向にありながらも2000年頃まで50社程度が存在し続けた。2014年時点での愛媛県内の事業所数は25社で、長野県のその約2倍を維持している²⁾。

なお、機械製造が主となった今日においても、水引細工はすべて熟練職人の手作業で行われている。井原(2016)は、四国中央市の水引の最大の特徴は、こうした縁起物の細工の技術を基礎に発展した華やかな水引工芸品であるとする。宝船・龍・かぶとなど色とりどりの水引を組み合わせた独創的できらびやかな水引工芸品は、1980年に愛媛県の伝統的特産品の指定を受けている。

3. 水引および水引製品の製造工程

1) 水引の製造工程

伊予水引金封協同組合ウェブサイトによれば、水引の伝統的な製造工程として、まず原紙となる大きい巻紙和紙を2cm程度の中のテープ状に裁断する。これに水分を与えて「撚り機」で芯の強い撚り糸にする。次に30m弱の長さに切った撚り糸130本ほどを、帯を広げたように「はた場」と呼ばれる空き地に張る。その上から粘土質の粉であるクレー粉と、海草である布海苔を混ぜた糊を塗って白地を作る。この白地を作る作業を「漕ぐ」と称し、全製造工程の中で最も難しいものであり、長年の修行が必要とされる。撚り糸の上に糊を乗せ、漕ぎ棒ではさみ、16～17往復ほどすることで、コシのある水引となる。さらに赤・黒・黄などの染料で等間隔に染め上げたものを、1.8m程度に裁断して水引として完成する。

現在では、水引を結ぶ工程以外は全て機械化されている(図2)。用いる原紙はティッシュペーパー1枚

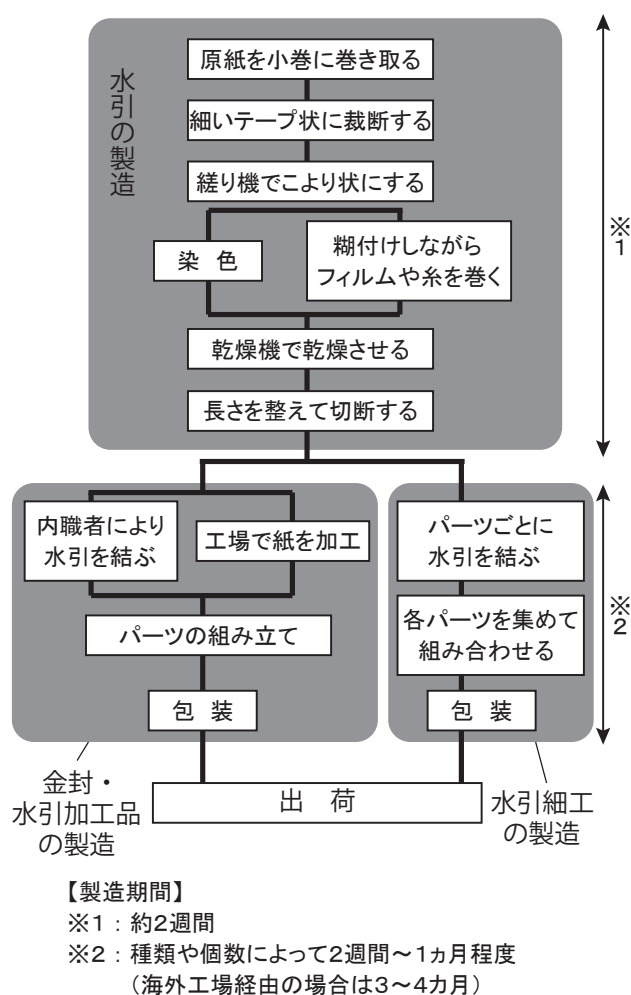


図2 水引および水引製品の製造工程(2017年)
(聞き取り調査により作成)

ほどの薄さで、白色のほか、茶色などに薄く染色されているものもある。大きさは幅1.2m、長さは10～45kmのものが多い。この大巻の原紙を専用の機械によって1kmほどの小巻に分けて巻き取る。これを裁断機に移し、原紙を巻いたまま18～25mm程度の幅になるように裁断する。裁断された紙が巻かれたロールのそれぞれを、撚り機に取り付け、最初に紙を手でねじり合わせて機械にある小さな穴に通す。この時の通す穴の大きさで出来上がる水引の太さが決まる。そして機械を回転させて撚りをかけ、丈夫な撚りひもをつくる。こうしてできた撚りひもは、「つぐり」と呼ばれる。このつぐりをまとめて糊付け機にセッティングし、糊を塗る。糊のコーティングが完了すると、次に温風で乾燥させる。

水引の着色には、染色する方法と、幅2mmほどのフィルムや糸を巻く方法の2種類がある。このうち前者では、元の原紙の色と染料の色を組み合わせながら様々な色を出すことができる。後者の場合は、専用の

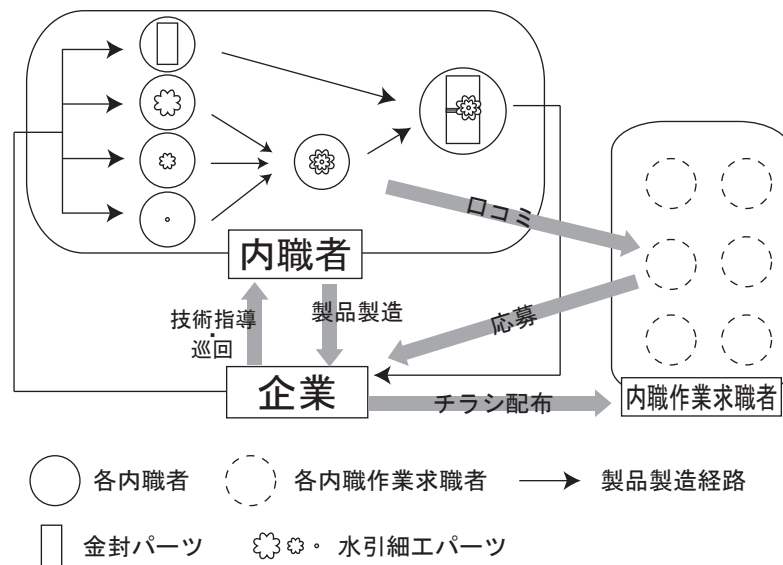


図3 内職者を導入した金封の製造工程の例(2017年)

(企業番号8・9への聞き取り調査により作成)

- 1) 内職者の工程に含まれる各モードは、それぞれの内職者が製造するパーツを表している。
- 2) 金封および水引細工のモチーフは一例である。

機械で糊を塗りながら、その上からフィルムや糸を巻き付けていく。巻き方の種類も、中の原紙が見えないように隙間なく巻いたり、原紙の色を生かして間隔を空けながら巻いたり、多様な手法が用いられ、その色の組み合わせは400色以上にもなる。なお、原紙の色そのままで完成させる場合もあり、その場合はこれらの着色工程は省略される。その後、乾燥機によって水引を乾燥させ、通常は91cmの長さに切断する。

以上に記した水引の製造期間は、乾燥工程なども含めて大部分が機械化されているため、単純に1本製造するだけであれば1日もかからない。しかし水引企業ではおおむね1,000本単位で製造・販売するため、注文を受けてから出荷するまでの期間は2週間程度となっている。

2) 水引製品の製造工程

水引製品の製造工程では、おおむね水引細工の製造と、金封ないし水引加工品の製造の2つで手法がやや異なる。水引細工は、すべて手作業によって製造される。たとえば、水引でできた花の置物を製造する場合、ある人物が花びらを専門に作り、別の人物が葉を、また別の人物らが茎やつぼみをそれぞれ製造するといった、分業体制がとられるのが普通である。さらにこれらのパーツを、別の人物が組み立てて最終製品となる。一方、金封ないし水引加工品の製造工程においては、手作業のほかに工場内での機械を用いた紙加工なども行われる。水引製品の製造期間は、種類や個数によって2週間～1ヵ月程度であるが、海外での製造が加わ

る場合は3～4ヵ月を要する。

水引製品の製造において現在でも重要となるのが、内職者の存在である。内職者は水引企業との契約によって上記の作業を請け負っており、その多くは年配の女性や、子供が小さくて外で働けない主婦である。ここでは内職者数の多い、後述の企業番号8および9からの聞き取りをもとに、内職者を介した金封の製造工程を示す(図3)。まず水引企業は、チラシを配布したり自社の車に宣伝を掲載したり、既存の内職者の口コミなどによって、新たな内職者を募集する。新しい内職者には、水引企業の従業員が技術指導を行い、この際に各種作業に対する適性も判断される。1週間程度の作業従事後、内職者側が作業の継続に応じたら内職作業が本格的に開始され、内職者の習熟度合いに応じて、より複雑な作業や新しい製品の製造に従事してもらうこととなる。企業番号9の内職者の例では、当初の応募者のうち、長期的に内職者となるのは10分の1程度に過ぎない。しかし、長期間継続する内職者からの紹介によって、新たな内職者の候補を獲得することもできるという。水引企業が立地する四国中央市内だけで内職者を確保することは困難であることから、企業番号9では四国地方一帯に内職者を応募・確保しており、現在の内職者数は愛媛県松山市、香川県丸亀市、徳島県脇町、高知県南国市などで約400名に上る。内職者の存在する他の水引企業でも同様の傾向がみられ、内職まわりと呼ばれる従業員が定期的に内職者のもとへ巡回し、製品の完成度のチェックや回収、材料の配達を行っている。

4. 四国中央市における水引企業の経営形態

1) 伊予水引金封協同組合に加盟する水引企業の諸特徴

伊予水引金封協同組合は、水引や水引製品の製造に携わる企業を組合員として1958年に設立された。同組合では、資材の共同販売や共同購入、共同保管をはじめ、水引文化の継承活動や新しい水引の用途開発など教育情報提供事業も展開されている。2017年時点の加盟企業数は22社であり、これは設立当初の約3分の1である。しかし現在、四国中央市に拠点を置いて水引や水引製品を製造する企業の9割以上が同組合に加盟していることから、以下では組合に加盟する水引企業に焦点を当てる。ただしこれらのうち、水引関連の製品を製造していない企業や詳細不明の企業4社は分析対象から除外した。

対象とする水引企業18社は、おおむね四国中央市の海岸近辺の平地部に立地している(図4)。各企業の創業時期は、1940～80年である(表1)。従業員数は2～60名とばらつきが大きい。製造品目をみると、水引そのものを製造する企業は5社存在し、このうち企業番号10は水引製造に特化している。これに対して、大多数の水引企業は水引製品を手広く製造している。本稿では、組合からの協力を得て8社に対する聞き取りを実施したが、水引製品を製造する7社のうち、3社が金封製造、2社が水引細工または水引加

工品をそれぞれ主力製品と回答した。そこで、水引製造のみを行う先述の企業番号10とあわせて、水引企業の経営形態の特色を主力製品の違いから4つのパターンに分けて分析することとする。

金封を主力製品とする企業番号1・6・8は、従業員数がそれぞれ60、20、14名と、組合内の企業の中でも大・中規模であり、このうち2社ではさらに80～100名の内職者を有する。水引加工品を主力製品とする企業番号9・12は、従業員数がそれぞれ13、7名と少数であるが、いずれの企業でも内職者を有している。一方、企業番号13・14は水引細工の製造に特化した企業であり、従業員数はいずれも2名と小規模である。内職者については、企業番号13のみが2名を有している。

2) 分析対象企業の経営形態

(1) 水引の製造を主とする企業の経営形態

企業番号10は、1978年に創業した、水引製造に特化した企業である。従業員数は10名と比較的少数であり、四国中央市内の1ヵ所に本社および工場が立地するのみであるが、分析対象とした他のほとんどの企業における水引の調達先となっている。水引の原料となる原紙はすべて、市内の製紙企業1社から、巨大なトイレットペーパー状になったものを仕入れている(図5a)。原料の選定は、紙を縀り糸にする際に切れ

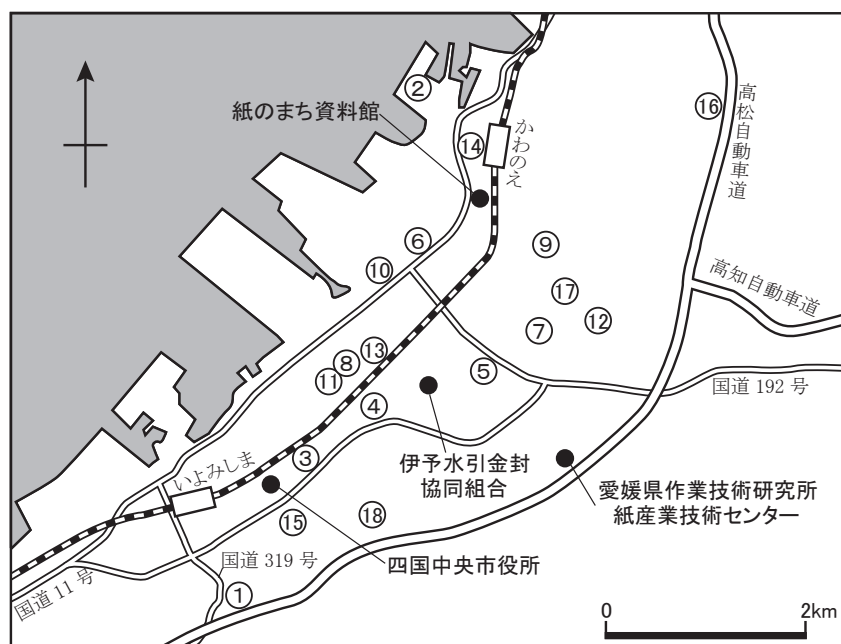


図4 四国中央市における伊予水引金封協同組合に加盟する水引企業の分布(2017年)

(伊予水引金封協同組合ウェブページにより作成)

- 1) 図中の番号は、表1で示した企業番号と一致する。
- 2) 組合加盟企業のうち、水引ないし水引製品を製造していない企業、および詳細が不明の企業は除外した。

表1 伊予水引金封協同組合に加盟する水引企業の経営形態(2017年)

企業 番号	創業年 (年)	従業員 数(名)	内職者 数(名)	後継者 の有無	水引	製造品目		
						金封	水引 加工品	水引 細工
1	1968	60	100	あり	-	◎	○	○
2	1958	52	不明	不明	○	○	○	○
3	1957	45	不明	不明	○	○	○	○
4	1964	45	不明	不明	-	○	○	-
5	1969	30	不明	不明	-	○	○	○
6	1949	20	なし	未定	-	◎	○	○
7	1996	18	不明	不明	-	○	○	○
8	1920	14	80	未定	-	◎	○	-
9	1967	13	400	未定	-	-	◎	○
10	1978	10	なし	あり	◎	-	-	-
11	1930	10	不明	不明	○	○	○	○
12	1958	7	20	未定	-	○	◎	○
13	不明	2	2	なし	-	-	-	◎
14	不明	2	なし	なし	-	-	-	◎
15	1941	不明	不明	不明	○	○	○	○
16	1964	不明	不明	不明	-	○	○	-
17	1996	不明	不明	不明	-	○	○	○
18	不明	不明	不明	不明	-	○	○	○

(聞き取り調査および各社ウェブページにより作成)

- 1) 水引加工品には、結納品も含む。
- 2) 網掛けは現地での調査を実施した水引企業を指す。
- 3) 製造品目のうち、◎は主力製品を指す。
- 4) 組合加盟企業のうち、水引ないし水引製品を製造していない企業、および詳細が不明の企業は除外した。

てしまわない程度に丈夫であるものを基準としているが、近年の原紙は品質が安定しているため、大きくは意識されていない。着色に用いるフィルムと糸は、京都府の企業4社から様々な太さや長さのものを仕入れている。製造した水引の出荷先は、半分程度が四国中央市の組合加盟企業であるほか、4割程度が長野県飯田市の水引企業、残りは九州や金沢の企業である。今後は、水引の市場拡大が見込めないため、現状維持を目指している。

なお、四国中央市における水引の主な供給元として、企業番号10以外では企業番号2が存在する。同社は京都府に本社を置くが、四国中央市内にも事業所を持ち、伊予水引金封協同組合に加盟している。これら2社の違いとして、企業番号2は水引を1,000本単位などの大ロットでのみ販売するのに対して、企業番号10では少量ずつでの販売にも対応しており、小規模な企業からの注文も多いことが特徴である。

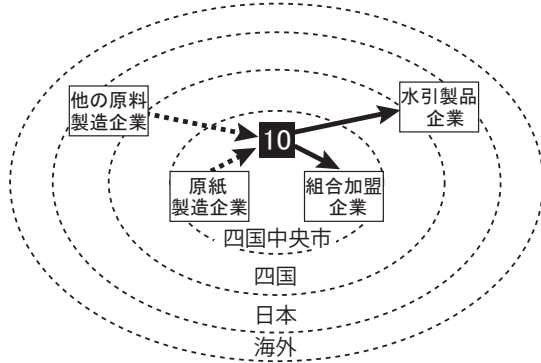
(2) 金封の製造を主とする企業の経営形態

企業番号1は1968年の創業以来、祝儀用品を製造している。従業員は60名で、四国中央市において内

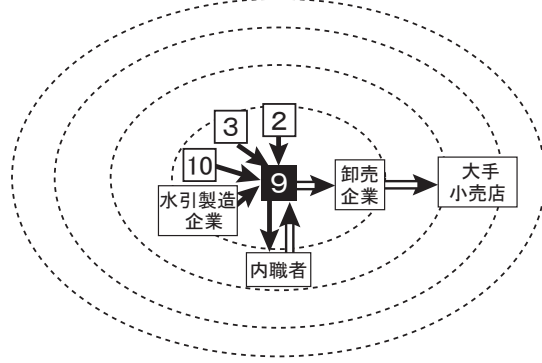
職者も約100名所属しており、組合加盟企業の中で最大規模の企業である。金封のほか、水引細工や正月飾り、のし紙や封筒などの紙加工品も製造している。金封をはじめとした祝儀用品と、その他の紙加工品の製造量および売上の比率は同程度である。

企業番号1では、金封や水引細工などに使用する水引のほとんどを、価格や量、品質が安定していることから四国中央市の企業番号2および10から仕入れている(図5b)。この水引を、簡単なあわじ結びなどに加工する場合は中国やベトナムに立地する自社工場に送り、そこで金封にまで完成させて本社工場に送り返す体制を取っている。海外での製造はコスト削減や人員確保を目指したものであり、製品の品質も国内で生産したものと大差はない。一方、鶴や亀など、飾り金封用の細かい細工には四国中央市内の内職者が従事する。製品は国内各地の卸売企業数社に主に出荷され、そこから全国チェーンの大手コンビニや100円ショップ、量販店などへ供給される。企業番号1では今後、会社の規模が縮小したとしてもニッチ市場の拡大や、水引の文化継承に貢献していくことを目標としている。

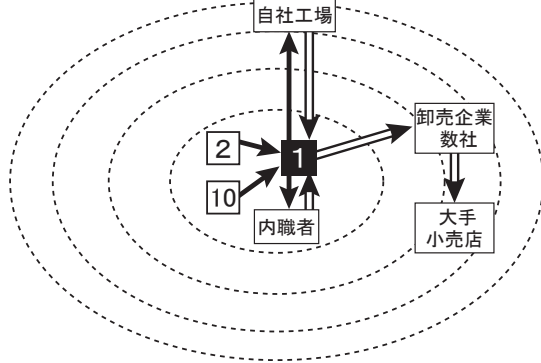
a) 水引の製造を主とする企業



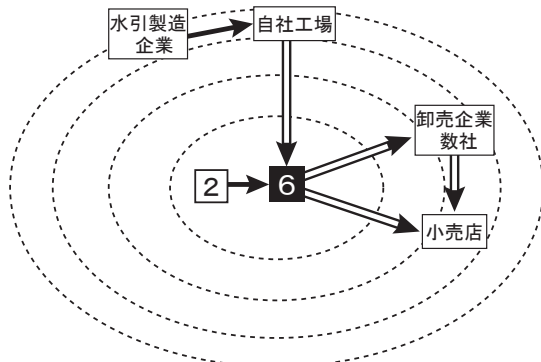
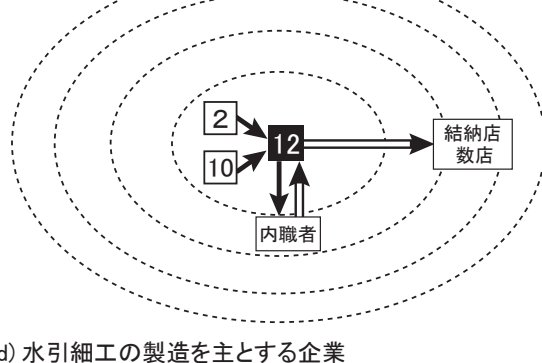
c) 水引加工品の製造を主とする企業



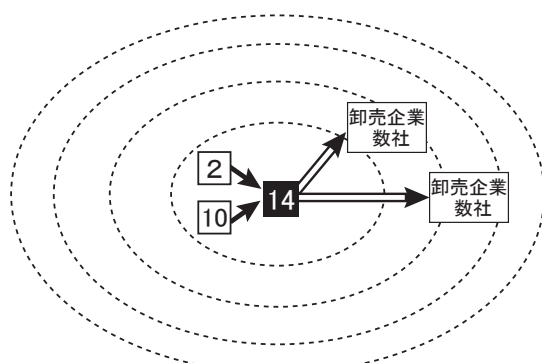
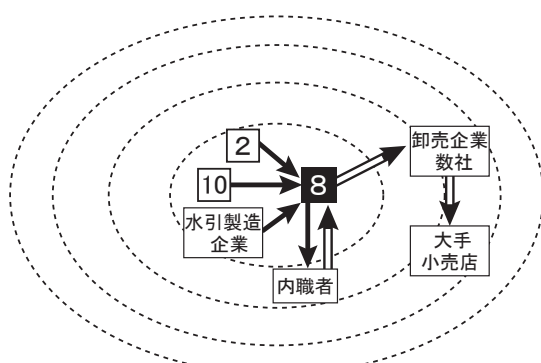
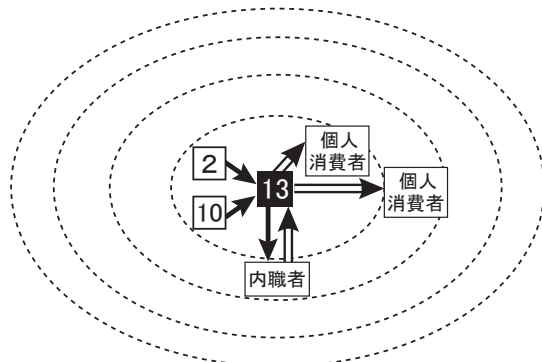
b) 金封の製造を主とする企業



d) 水引細工の製造を主とする企業



d) 水引細工の製造を主とする企業



1 当該の水引企業 1 関係する四国中央市内の他の水引企業 原材料 → 水引 ⇒ 水引製品・小物類

図5 空間的視点からみた水引企業の取引関係(2017年)

(聞き取り調査により作成)

丸型の点線で示した空間スケールはいずれも、a)での記載と同様に、内側から順に、四国中央市内、四国地方内、日本国内、海外を表している。

企業番号6も金封を主とする祝儀用品を製造しているが、現在の売上では書道用品が全体の半分以上を占める。以前から書道用品の製造も手掛けており、おおむね売上の3割を占めていたが、同業者の生産中止によってその分の取引を請け負ったために現在の状況となった。一方、現在の祝儀用品の売上は全体の2.5～3割ほどである。

企業番号6では、製造が困難な金色・銀色の水引のみ企業番号2から仕入れ、その他の色の水引は中国の水引製造企業から購入する(図5b)。四国中央市内の自社工場では、簡単な結びの金封を製造している。内職者は存在しない。また、金封用の和紙は四国中央市で仕入れ、中国の自社工場加工する。半紙等の書道用品の原料は四国中央市で仕入れ、自社工場加工する。製品の販売先として、金封は半分以上が四国中央市の小売店に出荷される。一方、書道用品は全国各地の卸売企業を介して文具店などに販売されている。

企業番号8も金封を主力製品とし、他にポチ袋などを製造する企業である。企業番号1と比較すると、自社工場は四国中央市内の1社のみであり、従業員数も20名と少ないが、内職者は80名ほどを確保している。水引は企業番号2・10などのいずれも四国中央市内の企業から購入され、四国各地の内職者によって加工された後、製品として企業番号8に戻される。製品は大阪や東京などに拠点を置く卸売企業数社を介して、大手小売店などに出荷される。企業番号8では、製造工程の大部分を内職者が担っており、工場では検品、包装、出荷作業を行う程度である。一部、内職者では対応できない製品は自社工場でも製造し、それでも対応できない水引飾りなどを製造する場合は市内の他社に委託する場合もある。企業番号8では、これまでも時代に合わせた商品の開発・供給を続けてきたが、今後はさらに祝儀用品にこだわらず、臨機応変に商品開発を行っていく方針である。

(3) 水引加工品の製造を主とする企業の経営形態

企業番号9は、1967年に創業した当時からOEM生産をメインとする企業である。現在の製品は、箸袋や箸置き、おせちに入れる水引飾りなどの料理飾りがメインで、これが売上全体の7～8割を占める。水引は他の事例企業と同様に、企業番号2・10などをはじめとする四国中央市内の企業より調達される(図5c)。これを、3章でも述べた四国地方各地に約400名存在する内職者へ送り、製品化する。なお内職者数については、現在の規模でも人手不足であるため、今後はさらにエリアを広げて確保する予定である。このほか、紙の加工などは自社工場内で行っている。安価な商品のニーズに対応して製品の海外委託も若干は行う

ものの、基本的には「純国産」にこだわっている。製品の販売先は、おせちの容器などを製造・卸売する四国中央市内の企業であり、そこから全国の小売店へと販売される。また企業番号9では、弁当の容器を固定するゴムに、水引でできた梅結びを取り付けた商品や、おせちの中に入れる水引細工を、衛生面を考慮してナイロン袋で包んだ商品など、日常生活で取り入れやすい商品の開発を積極的に行っている。

企業番号12は、1958年の創業当初は障子紙、半紙を製造販売していたが、1965年頃より、岐阜の得意先からの依頼を機に、水引製品や結納品の製造も開始した。これ以降、現在まで結納飾りを主に製造している。企業番号2・10から水引を購入し、内職者によって結納飾りを製造する(図5c)。工場は本社に併設されているもののみで、得意先用の特殊な加工作業を行う。製品は卸を介さずに京都府の結納品販売店数社に出荷され、結納セットとして販売される。まれに関西の百貨店などに出荷することもあるが、継続的な取引につながることは少ない。企業番号12の社員の中には、後述する美結会みむすかひに参加する女性があり、現在は伝統工芸士に水引細工の製作方法を教わるなど、水引文化の継承に積極的な様子もみられる。

(4) 水引細工の製造を主とする企業の経営形態

企業番号13は従姉妹同士の女性の2名と、内職者2名が従事する小規模な企業であるが、内職者の1名以外の3名はいずれも伝統工芸士に認定されている。水引の仕入れは、少量である場合は企業番号10から購入し、それ以外は企業番号2から購入する(図5d)。製品には水引細工の大作が多く(図6)、小物のパーツを内職者が主に製造する以外は、従業員の2名がパーツの製造や組み立てを行う。基本的に、毎年決まった注文以外は、個人からの受注によるオーダーメ



図6 水引細工「干支飾り」
(2017年10月20日、井坂撮影)

イド制であり、完成品も価格も買い手と交渉しながら決定する。

企業番号14では夫婦2名が従事し、正月飾りや置物などの水引細工を製造する。水引の大部分は、親戚筋にもあたることからほとんど企業番号10から仕入れている。水引細工は、色味が少し違うだけで完成品の印象は大きく変わるが、同じ企業に以前購入したものと同じ色の水引を注文したとしても、全く同じ色が届くとは限らない。よって、企業番号14では、仕入れ時の水引の色合いを重視している。内職者はおらず、完成製品の個数に合わせて各パーツを一度に製造し、最後に組み立てるという工程を2名のみで行っている。比較的小物の商品が多く、10～12月は干支の置物をメインに、他の時期は水引のキーホルダーなどを作成している。毎年決まった製品以外の製造は、注文が来てから製作を開始することが多い。完成した製品は、四国や関西などの卸売企業へ販売しているが、その後の経路は不明である。

上記2社は、型紙や設計図のない状態から多彩な水引細工を製造できる点や、純国産の水引製品を製造している点を強みとしている。2社の製品は愛媛県の伝統的特産品としても注目されており、毎年皇室にもその作品が献上されている。また後述するが、行政との連携による作品づくりの多くを、これらの企業の伝統工芸士らが担っている。他方で、製作には相当の時間を要することや、高価格の製品は簡単には買い手がつかないことから大きな収入に結び付かない面もある。技術面においても、良質な製品を作り上げるためには長年の経験が必要であり、ときには力仕事も必要となるため、誰にでもできるものではないことから、深刻な人手不足に陥っている。

5. 伊予水引産地における組合を中心とした他組織との連携

1) 愛媛県紙産業技術センターによる技術指導

愛媛県産業技術研究所紙産業技術センター（以下、技術センター）は、紙産業技術の試験研究・紙産業の技術支援・紙文化の普及・啓発のため、地域や紙産業界に密着した管理運営を目指す機関である。技術センターでは、四国中央市の水引製造を文化として継承するのみならず、産業として今後も成立させるために、伊予水引金封協同組合などと連携して精力的な活動を行っている。

四国中央市における水引産業の弱点の1つとして、技術センターではマーケティング力の脆弱性を挙げている。そこで技術センターは、水引の工芸士と協力した新たな製品づくりやマーケティングを行っている。一例として、徳川家康や織田信長などの戦国武将のか

ぶとを模した置物があり、外国人観光客や武将ファンを主要な購買層と位置付けることで、水引の知名度向上や販売拡大が企図されている。また、水引を結ぶ代わりに、動物をかたどった小さな木製のオブジェを貼り付けた金封の「zooシリーズ」は、形に残る祝儀袋として、全国チェーンの量販店においてヒット商品となった。さらに四国中央市の人気の土産物である霧の森大福に水引を添えることで、商品の高級感を演出するとともに水引を幅広く認知してもらう試みも行われている。東京のギフトショーへの出展も促し、地元だけでなく全国に「伊予の水引」を広める機会とするのみならず、出展時に見出された価格設定などの課題を持ち帰り、マーケティングの改善を繰り返すことによって新たな販路拡大を目指している。

2) 行政と連携したPR活動

行政もまた、水引の活用やそれによる地域振興を目指した活動を、伊予水引金封協同組合とともに展開している。例えば、毎年、四国中央市で行われる書道パフォーマンス甲子園の優勝賞品として、水引細工で作られた巨大な筆モチーフの特製優勝旗および優勝杯を贈呈している。また、2017年に愛媛県は第72回国民体育大会の開催地となったことから、炬火トーチのフレームのデザインに、愛媛県特産の真珠と伊予水引があしらわれた。さらに、愛媛県を訪れた選手や監督への土産物として水引を用いた箸置きも製作した。箸置きの製作には、伝統工芸士だけではなく四国中央市内から募集したボランティアも数多く従事し、市民に水引の存在を意識させる機会にもなった。さらに、2017年9月に開業した松山市道後の飛鳥乃湯泉の館内には、道後温泉に古くから伝わる白鷺伝説のアート作品も水引を用いて製作された。ほかにも、四国中央市で開催される紙まつりや、松山市で開催される県の産業まつりにも、伊予水引金封協同組合は毎年出展している。

3) 美結会による水引の普及・啓発活動

伊予水引金封協同組合の活動においてとくに注目されるのが、女性部会である美結会の存在であり、伊予水引の普及・啓発のために2003年に結成された。現在の会員数は11名であり、そのほとんどが伝統工芸士である。活動内容は主に水引細工作成の体験であり、四国中央市の小・中・高校や、先述の産業まつりなどを訪れる。

小・中・高校での水引体験は、月に1～3回行われる(図7)。2017年度は33回実施され、参加者は計1,395名であった。その大部分は四国中央市内の学校であるが、要望があれば松山市など他地域の学校も訪問して

いる。1回につき、生徒20名程度に対して、美結会の会員2～3名が対応する。水引を結ぶ作業は言葉だけで説明することが困難であるため、美結会会員が直接教えることにより、若年層に地元の地場産業である伊予水引の存在や魅力を知ってもらう機会となっている。

四国中央市で開催される紙まつりには、1990年頃から組合の青年部が参加し始め、2014年頃からは美結会として参加するようになった。商品販売ブースや水引体験ブースを設けており、地元の高校生がボランティアで美結会の運営の手伝いをしている。産業まつりへの出展も組合として10年ほど前から開始し、2012年から美結会が活動の中心となって商品販売や水引体験の運営がなされている（図8・9）。こうしたイベントによる売上はわずかなものであり、例えば2017年の産業まつりの場合では商品の販売で約7万円、水引体験で約3万円に過ぎなかった。したがって美結会の役割は、直接的な経済活動というよりも、水引の普及・啓発を重視したものであることがうかがえる。さらに美結会では、月1回の報告会を開催し、活動の所感、問題点や改善点、次回の活動に向けての打合せを行うことにより、試行錯誤をくり返しながらも活動をより良いものにしようとしている。

一方で、会員の高齢化が美結会における大きな課題となっている。先述のとおり、会員の多くは伝統工芸士であるが、この資格を得るには当該製品の製造に20年以上従事した技術者であることが認定基準となっているため、会員には70歳代をはじめとする中高年層が多い。今後は、組合加盟企業の20～40代の若手従業員を会員として育成し、イベントや体験教室をより充実したものにすることが目標とされている。

6. 四国中央市における水引産業の存続形態

ここまで検討したように、四国中央市における水引産業は、祝儀用品の需要低下などの影響によって産業の縮小局面に至っている。一方で、企業間の取引関係の特徴や新たな製品の開発・販売、伊予水引金封協同組合を中心とした産地としての活動状況などから、とくに以下の4つの要素が水引産業の存続に結び付いていることが考えられる。

第一に、産地内部における水引や水引製品の製造工程の維持がある。従来、多くの特産品の製造工程が、安定かつ安価な供給の重視によって海外へと移管されることで、国内の地場産業は停滞ないし衰退する状況に直面した。伊予水引産業においても、低価格で販売される金封製品などの製造においては、企業番号1などのように海外に製造拠点を設ける水引企業も出現している。一方で、こうした企業であっても、水引の調



図7 四国中央市内の中学校における水引体験の様子
(2017年10月20日、井坂撮影)



図8 産業まつりにおける商品販売の様子
(2017年11月18日、井坂撮影)



図9 産業まつりにおける伝統工芸士による水引体験の様子
(2017年11月19日、淡野撮影)

達先としては四国中央市内の水引企業が選定されている。水引製造の大部分は機械化されているとはいえ、その工程は複雑で、かつ多様な色合いの水引が製造されることから、製造工程をただちに海外へ移管することは難しいことが想定される。さらに、水引製品を製造する水引企業においては、少量多種の水引を利用する場合も多く、生産規模は小さくとも企業番号10のような水引企業が、これに対応できる供給元として機能している。こうしたことが、製品の原料供給拠点が産地内部に残存し続ける下地となり、産業の空洞化の歯止めとなっているものと考えられる。付け加えるならば、四国中央市で製造された水引は長野県飯田地域にも多数出荷されており、他の水引産地の存続にも一定の寄与がみられる。

第二に、水引製品の製造に関わる内職者の存在と空間的分業体制が挙げられる。水引製品の製造工程には、水引を様々な形状に整えたパーツづくりが含まれることが多い。この工程を機械化することは難しく、現在でも手作業が中心である。そのため、水引企業の従業員のみでは対応できないことから、内職者の存在が重要となる。一方、内職者にとっても、自らの都合のつく際に自身が対応可能なパーツのみを製作することにより、いくばくかの収入を得ることができる。水引企業からの聞き取りでも示されたとおり、こうした作業には高齢者や自宅外での就業が困難な者でも従事することができ、水引製品の内職を通じた社会参加へのきっかけとなることも期待される。一方で、水引やパーツ・製品の受け渡し、技術指導などのための巡回を水引企業の従業員が行う必要のあることから、内職者の分布は広くても四国地方内にとどまるという空間的な制約も生じている。このことは同時に、第一の点とも関連して、水引産業の製造工程が四国中央市にとどまり続ける要因になっているとも考えられる。

第三に、高度な技術を要する水引細工の製造とその活用が挙げられる。大手小売店で安価に販売するために大量製造される金封などの水引製品とは異なり、比較的大ぶりで長く展示されるために製作される水引細工は完全手づくりによるものであり、かつ伝統工芸士などの高い技術を有する者でなければ製作することは困難である。さらに用いられる水引も含めて、製造工程の全てが四国中央市内で完結する製品の割合は高いものと見込まれる。特定の地域において長らく受け継がれてきた技術を背景とした作品が同じ地域内で製造され続けることは、地域文化の未来への継承にも結びつきうることであろう。

第四に、第三の点とも関連するが伊予水引金封協同組合による産地全体としての産地維持活動がある。技術センターとの連携により、産業としての収益確保や

販路開拓などを図ることはもとより、行政によるイベントなどにも参加しつつ、地域の文化として水引の価値を若年層らに伝え、後継者の育成を目指す活動が、組合を中心に産地が一体となって展開されることにより、地域全体として水引の再評価や産業基盤の維持・向上に寄与する動きが生じることが期待できる。

以上のことから、産業としての今後の飛躍的な発展は見込みがたいとはいえ、これまでに培った技術や、企業や組合、関係組織間での連携などを背景に、四国中央市における水引産業が存続しているものと考えられる。

7. おわりに

本稿は、長野県飯田地域と並んで全国における水引の二大産地となっている、愛媛県四国中央市の伊予水引産業を対象として、現地での調査をもとにその存続形態について考察した。

四国中央市における水引産業は、和紙の原料となる楮などの存在を背景に、元結製造からの転換品目として明治期以降に次第に発展した。第二次世界大戦後は、金封をはじめとする祝儀用品の需要拡大や多様な水引製品の開発などを通じて、水引産業は拡大した。一方で1990年代以降は産業の縮小傾向に直面し、効率的な生産体制の構築や新たな需要開拓などの必要性が生じた。

水引や水引製品の製造工程において、前者はほぼすべてが機械化されているものの、多種多様な製品供給が求められ、後者では現在もなお手作業による工程が多く残っている。こうした状況が、大量安価に販売される一部の水引製品を除いて、製造工程が海外に移管されることの歯止めとなり、四国中央市に水引産業の中核拠点が存在し続ける要因となっていることが考えられた。さらに製造工程における手作業の多さは、四国中央市やその近隣地域において内職者を確保する必要も生じさせ、このことも四国中央市を中心とした水引産業の展開を維持する要因となっていた。ほかにも、高い技術を要する水引細工の製造・活用や、行政などの連携による水引の普及・啓発活動、および伊予水引金封協同組合による若年層を対象とした文化の伝承や後継者育成の働きかけなどにより、四国中央市における水引産業が存続していることが明らかとなった。

付記

本稿を作成するにあたり、伊予水引金封協同組合理事長の石川達也様、愛媛県紙産業技術センターの小平琢磨様、愛媛大学社会連携推進機構紙産業イノベーションセンターの宮崎 修様をはじめとする関係各位には、貴重なお時間を割いてご教示賜り、多くの資料をご提供いただ

きました。記して厚く御礼申し上げます。

本稿は、筆者のうち井坂が2018年3月に愛媛大学法文学部に提出した卒業論文をベースとし、その指導教員であった淡野が加筆修正を施したものである。また、主要な調査の一部は共同で実施した。

注

- 1) 伊予水引金封協同組合によると、「水引」という名の由来は、「神事説」、「作法説」、「製造過程説」の3説がある。神事説とは、釈迦が説法した際、宇宙の諸仏をまつり、香木を焚き、花を手折り、それを溪谷から水を引いて洗い清め供えるといった「水を引く神事」から、その名がついたとする説である。一方で作法説とは、塵や汚れを流し去る、聖なる清き水、という水そのものが持つ精神性のイメージから「洗い清めた清潔な品物」という意味を持たせるため付いたとする説である。さらに製造過程説とは、水引を製造する際の水糊を引く作業風景から付いたという説である。
- 2) 愛媛県紙産業技術センターより提供をうけた1967～2014年のデータによる。

参考文献・URL

- 池田彩乃・井坂万由・大西礼夏・淡野寧彦(2017)：岡山県瀬戸内海沿岸地域におけるい草関連産業の存続形態。地域創成研究年報, 12, 86-97.
- 板倉勝高(1981)：『地場産業の発達』大明堂。
- 井原恒久(2016)：伊予の水引～その伝統と文化～。文化愛媛, 76, 26-29.
- 伊予三島市誌編纂委員会(1986)：『伊予三島市誌 下巻』伊予三島市。
- 梶原勝美(2014)：ケーススタディ：地場伝統産業水引のブランド, 長野県飯田市(株)田中宗吉商店の「御国」。専修大学社会科学研究所月報, 611・612, 69-80.
- 勝又悠太郎(2015)：静岡県富士地域衛生用紙産地における生産流通構造とその変化—企業の存立形態に着目して—。地理科学, 70-2, 39-59.
- 高津富男(2009)：水引。横山昭市編『えひめ・学・事典』公益財団法人愛媛県文化振興財団, 72-73.
- 鈴木 茂(2017)：地域イノベーションシステムと紙産業クラスター。伊東維年編『グローバル時代の地域研究』日本経済評論社, 101-128.
- 淡野寧彦(2004)：長野県諏訪地方における天然角寒天産業の存続形態。地域研究年報, 27, 99-112.
- 千代田憲子(2007)：伊予水引へのデザインによるアプローチ。愛媛大学プロジェクトチーム編『えひめ 知の創造 - 愛媛大学の挑戦 -』愛媛新聞社, 205-226.
- 前田和實(2014)：飯田水引と提言。専修大学社会科学研究所月報, 611・612, 81-90.

村山研一(1995)：飯田地域水引製造業の産地構造(調査報告)。信州大学人文科学論集, 29, 11-27.

妻鳥和教(2003)：水引 伊予水引は結いの心。文化愛媛, 51, 40-43.

山下洵子・今岡洗佑・野本朱里・原 和輝・古崎千里・松田 萌・宮田里穂(2018)：伝統継承と生産革新に挑む伊予水引。帝国データバンク史料館編『別冊 Muse2016-2018 特大号 地場産業—伝統と革新の軌跡—』209.

有高扇山堂ウェブページ <http://aritaka.jp/>

今村紙工ウェブページ

<http://www.imamurashiko.co.jp/>

伊予水引金封協同組合ウェブページ

<http://www.iyomizuhiki.com/index.html>

伊予結納センターウェブページ

<http://www.yuinoh.com/index.html>

川善ウェブページ <http://kawayoshi.jp/>

佐々木紙工ウェブページ <http://www.sasaki-shiko.co.jp/>

さん・おいけウェブページ <http://www.sun-oike.co.jp/>

シノコマ紙工ウェブページ

<http://www.shinokoma.com/>

前谷紙工業ウェブページ

<http://www.maetanishikou.co.jp/top.htm>

マルショウウェブページ

<http://www.marushou-mizuhiki.jp/>

マルニチウェブページ <http://marunichi1338.co.jp/>

マルマツ紙業ウェブページ

<http://userweb.shikoku.ne.jp/mapico/index.html>

むすび倶楽部ウェブページ

<http://www.musubi-club.com/>

ヤマニシウェブページ

<http://www.yui-yamanishi.co.jp/>

(最終閲覧日はいずれも、2018年1月23日)

